

PERAN MEDIA TELEVISI LOKAL TERHADAP PEMBANGUNAN

Studi Pemanfaatan Fungsi Komunikasi Pembangunan
Bagi Masyarakat Pada Malang TV Kota Malang

SKRIPSI

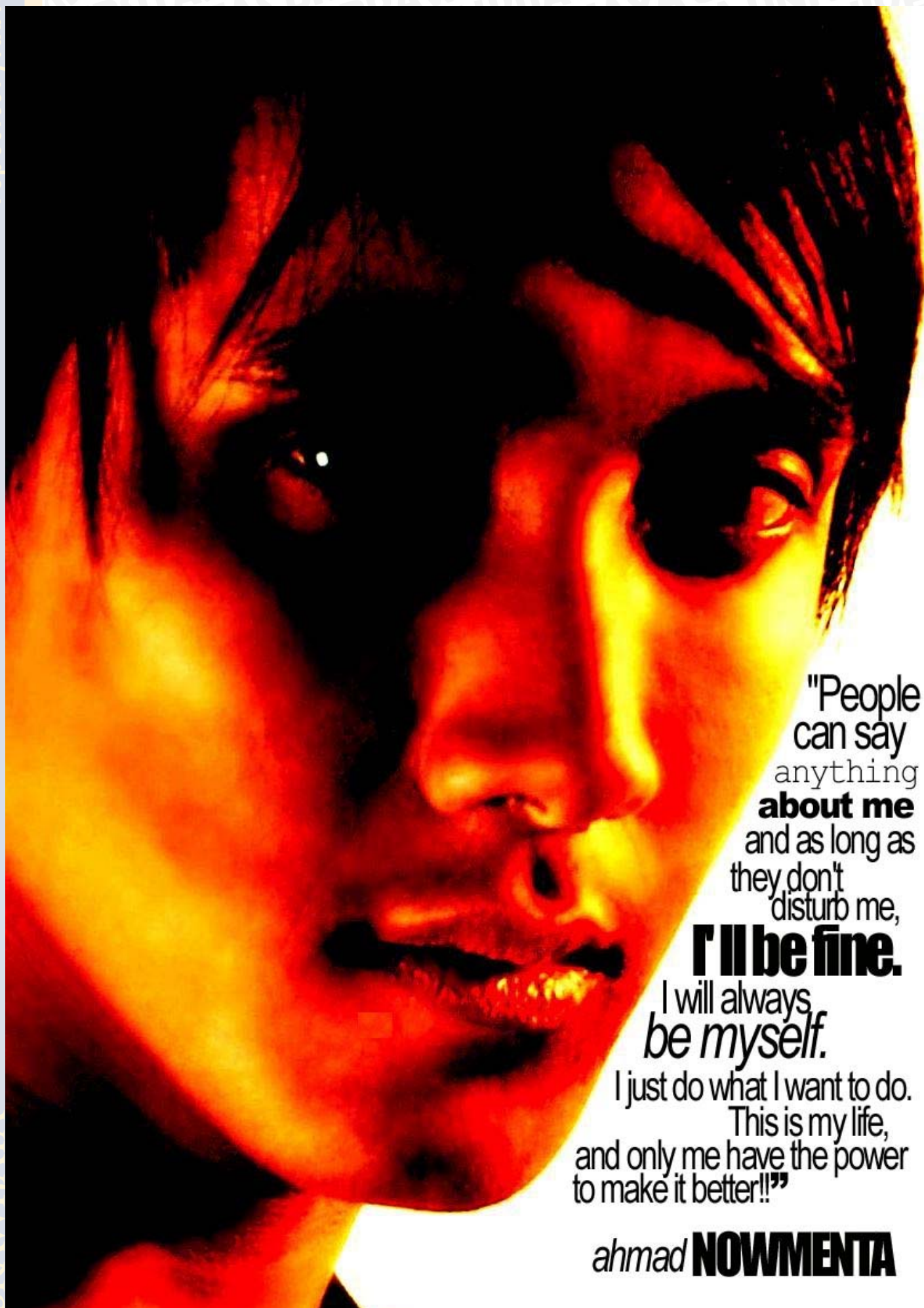
Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

AHMAD NOWMENTA P.

NIM : 0410313002



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
KONSENTRASI ADMINISTRASI PEMBANGUNAN
2008**



"People
can say
anything
about me
and as long as
they don't
disturb me,

I'll be fine.

I will always
be myself.

I just do what I want to do.

This is my life,
and only me have the power
to make it better!!"

ahmad **NOWMENTA**

THX TO



NAME : NOWMENTA

AGE : 21

ZODIAC SIGN : PISCES

Bu Siti Rohmah (pebimbing), Pak Suryadi (Pembimbing), Pak Tri (My Favorite Teacher), Pak Sobarrudin & Pak Choirul (Penguji), Pak Khoirul (Pengajaran), Pak Sapto (Malang TV), Vony+indra (Mas FM). warga malang yang dah mau jadi responden.

all my friends, family, enemy, lovely yang gak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak pelajaran, pengalaman, kesempatan, kritik dan saran yang sangat amat berharga yang bikin q harus ber buat lebih baik dan lEbih baik (for better life)

kupesembahkan ini untuk kalian!!!!

ALLAH SWT atas limpahan, rahmat, berkah, kesempatan dan perlindungan pada setiap bagian kehidupanku.

Keluarga Besarku. Ibu Satunik dan Bapak Yaqub, adek2ku yang banyak (arin-ria-lilla-ria-ilmu), kak andi& kluarga

dedy"nying2", sella"NDUL", dedy"ase", dvita"suketi", windy"kri wul", ambon+SLF,

especially for META in memorian: Erika"prapti", Tika"Meli", Aris"Kemy"dan keluarganya (thx for all gives me ...it to much for tell and maybe never tell). rendy, bawo, bayu ...(konco suwe) kapan uklam2?

rendy, rara, novey,asti (say hi!). andik, ami, citra (dah bantu seminar dan ngasih bimbingan gratis). Lateefa.andika & nuril (tman magangku yg mw bkin skripsi dgn thema sama kyk aq! ... melok2 ae!).

JAVA & move my company (baca:-ex)-ms.fanda,ms.suzan, yoga"judo"&rekan2ku smua +GV Prod. ... yang dah berhasil bikin skripsiku molor

Tman&pengajar di TK Wachid Hasyim, MIN Malang I, SMP 1 Malang, SMA Islam Malang, dan warga FIA UB terutama angkatan 2004.

Tamara, Mariana, Sherina ... has to brightness my eyes !!!

Bu Siti Rohmah (pebimbing), Pak Suryadi (Pembimbing), Pak Tri (My Favorite Teacher), Pak Sobarrudin & Pak Choirul (Penguji), Pak Khoirul (Pengajaran), Pak Sapto (Malang TV), Vony+indra (Mas FM). warga

malang yang dah mau jadi responden.

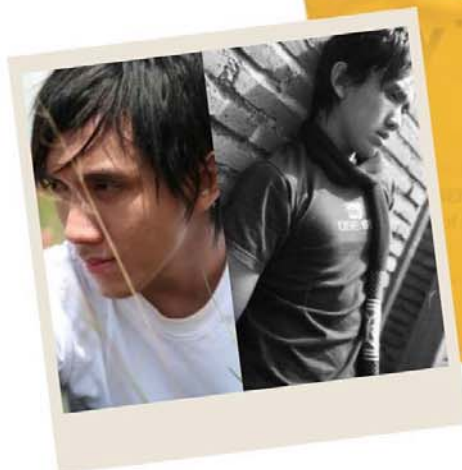
all my friends, family, enemy, lovely yang gak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak pelajaran, pengalaman, kesempatan, kritik dan saran yang sangat amat berharga yang bikin q harus ber

buat lebih baik dan lEbih baik (for better life)

kupesembahkan ini untuk kalian!!!!

"...drop of fresh morning dew. I'll be waiting here for you. Only God knows how tomorrow will be like for you and for my life ..."

Don't wait untill tomorrow what you can do today....!!!



KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PERAN MEDIA TELEVISI LOKAL TERHADAP PEMBANGUNAN” Studi Pemanfaatan Fungsi Komunikasi Pembangunan Bagi Masyarakat Pada Malang TV Kota Malang.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa nama dan pihak sebagai berikut:

1. Bapak Prof. DR. Suhadak, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
2. Bapak Prof. Drs. Solichin Abdul Wahab, MA., Ph.D. Selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Ibu Dr. Siti Rohmah, MSi dan Bapak Dr. Suryadi, MS selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing, mengarahkan dan menasehati penulis.
4. Bapak Spto Pratolo selaku Ketua/ Pimpinan Malang TV yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta meluangkan waktu untuk membantu memberikan informasi serta wawancara kepada penulis.
5. Kedua Orang Tuaku yang selalu memberikan dukungan baik materi maupun spiritual berupa do'a selama proses pengerjaan skripsi ini. Juga kepada Saudara-saudaraku yang juga ikut memberikan dukungan dan semangat.

6. semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga bermanfaat bagi khasanah ilmu pengetahuan serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan

Malang 5 Juli 2008

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR/ BAGAN	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Peranan	10
B. Komunikasi	10
1. Pengertian Komunikasi	10
2. Proses dan Komponen Komunikasi	11
3. Fungsi Komunikasi	14
4. Faktor-faktor Penunjang Pada Komunikasi yang Efektif dan Pada Komponen Komunikator	15
C. Komunikasi Pembangunan	17
1. Pengertian dan Peranan Komunikasi Pembangunan	17
2. Komunikasi dan Pembangunan	18
3. Perencanaan Pembangunan dan Komunikasi Pembangunan	21
D. Media Massa	23
1. Pengertian dan Pembagian Media Massa	23

2. Fungsi dan Peran Media Massa	24
3. Media Massa dan Pembangunan	26
4. Komunikasi (Media) Massa; Pengertian, Sifat, Fungsi, Karakteristik, dan Peranannya	27
E. Media Komunikasi Televisi	30
1. Televisi	30
2. Stasiun Televisi	31
3. Manajemen Pada Penyiaran	34
F. Informasi	38
1. sifat-sifat informasi	38
2. Faedah Informasi	39
3. Tingkat hubungan dalam penyampaian informasi	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	42
B. Fokus Penelitian	43
C. Lokasi dan Situs Penelitian	44
D. Jenis dan Sumber Data	44
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Instrumen Penelitian	46
G. Analisis Data	47

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	50
1. Gambaran Umum Kota Malang	50
a. Keadaan Alam dan Potensi Fisik	50
b. Keadaan Sosial Budaya	51
c. Tri Bina Citra	53
2. Sekilas Tentang Malang TV	55
a. Sejarah Malang TV	55
b. Lokasi	58

c. Motto	58
d. Profil	58
e. Bidang Usaha Perusahaan	60
f. Program Unggulan	60
g. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	63
h. Job Description	65
i. Prosedur Peliputan dan Proses Produksi	68
3. Data Fokus Penelitian	70
a. Siaran Televisi Lokal dan Fungsi Komunikasi Pembangunan.....	70
b. Peran Pembangunan Malang TV.....	76
c. Efektifitas Siaran Malang TV dalam Meningkatkan Partisipasi Pada Proses Pembangunan	84
d. Peran Siaran Malang TV Dalam Proses Pencerdasan Masyarakat Melalui Content Informasi	91
e. Faktor Pendukung dan Penghambat Peran Malang TV Dalam Pembangunan	97
B. Pembahasan Hasil Penelitian	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	123
B. Saran	124
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1	Status Ekonomi Pemirsa	60
2	Program Acara Unggulan	62
3	Eksistensi Pesawat Televisi di Rumah Informan	84
4	Intensitas Informan Dalam Menyaksikan Televisi	85
5	Intensitas Masyarakat Dalam Menyaksikan Siaran Pendidikan Malang TV	86
6	Tujuan Utama Menyaksikan Acara Hiburan Malang TV	87
7	Intensitas Menyaksikan Siaran Sosial Budaya & Keagamaan	88
8	Intensitas Menyaksikan Siaran Berita	88
9	Factor Yang Mendorong Responden Menyaksikan Siaran Berita	89
10	Alasan Responden Memilih Televisi Sebagai Wahana Informasi	89
11	Kedudukan Siaran Berita bagi Responden	90
12	Pendapat Publik Terhadap Eksistensi Malang TV Dalam Menginformasikan Pembangunan	90
13	Eksistensi Malang TV Dalam Meningkatkan Pembangunan Daerah	91

DAFTAR GAMBAR/ BAGAN

No	Judul	Hal
1.	Hubungan Komunikasi dengan Pembangunan	19
2.	Model Interaktif Analisis Data	49
3.	Logo Malang TV	56
4.	Program-Program Unggulan Malang TV	60
5.	Struktur Organisasi	64
6.	Job Description	67
7.	Prosedur Peliputan	69



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebuah bangsa seperti halnya Indonesia, akan senantiasa melaksanakan pembangunan demi perkembangan, pertumbuhan, juga kelangsungan kehidupan sosial masyarakat dan kehidupan kenegaraan (pemerintahan) didalamnya. Pembangunan dapat diartikan sebagai “rangkaian usaha mewujudkan pertumbuhan dan perubahan secara sadar dan terencana yang ditempuh oleh suatu Negara atau bangsa menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa “*Nation Building*” (Siagian, 1989:4). Pembangunan dilaksanakan dengan tujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata baik secara material maupun secara spiritual berdasarkan Pancasila.

Menurut Tjokroamidjoyo dalam Perencanaan Pembangunan (1989:23) berpendapat bahwa :

"Pembangunan yang meliputi segi kehidupan politik, ekonomi, social, budaya itu baru akan berhasil apabila pembangunan itu merupakan hasil kegiatan yang melibatkan partisipasi seluruh rakyat dalam suatu Negara."

Pembangunan yang sedang dilaksanakan diharapkan sesuai dengan hakekat pembangunan itu sendiri. Yaitu untuk membangun manusia Indonesia seutuhnya baik secara mental dan spiritual serta pembangunan seluruh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, maka pelaksanaan pembangunan harus mengikutsertakan partisipasi masyarakat secara aktif. Sebab dengan semakin banyaknya anggota masyarakat yang ikut serta maka akan semakin tinggi pula daya guna pembangunan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berdasarkan pancasila.

Hal ini juga berkaitan dengan usaha perwujudan perencanaan pembangunan partisipatif. Dimana diperlukan upaya yang sinergis serta adanya komitmen dari seluruh elemen yang ada. Tidak hanya pemerintah saja tetapi juga masyarakat sebagai objek dan subjek pembangunan partisipatif.

Adanya kerjasama yang baik antara pemerintah dan masyarakat dalam mewujudkan pembangunan partisipatif merupakan hal yang mutlak dilakukan. Di sisi pemerintah, pembangunan ditujukan untuk kepentingan masyarakat dan seluruh warga negaranya.

Sedangkan peran serta masyarakat adalah dengan senantiasa berpartisipasi dalam penyampaian aspirasi serta memberikan masukan-masukan demi pembangunan yang lebih baik.

Dalam pelaksanaan pembangunan partisipatif, komunikasi antara pemerintah dan masyarakat juga dilakukan dengan jalan senantiasa memberikan informasi yang jelas mengenai pembangunan. Artinya, melalui informasi tersebut pemerintah mempunyai kewajiban untuk membina, membimbing, dan mengarahkan masyarakat. Dengan memperoleh informasi yang jelas dan benar akan semakin besar pula kesadaran masyarakat untuk ikut berpartisipasi dan melaksanakan program pembangunan.

Selain itu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar berperan aktif dalam pembangunan, maka perlu diberikan informasi dan pengertian tentang kebijaksanaan dan kegiatan pemerintah terhadap rakyat. Sehingga dapat mencegah munculnya isu-isu negative yang berpotensi menyebabkan kesenjangan antara pemerintah dan masyarakat dan berujung pada terhambatnya jalan pembangunan.

Dengan demikian, diharapkan terjadi sinergi yang kuat antara pemerintah dan juga masyarakat. Dan fungsi komunikasi pembangunan juga berjalan sebagaimana mestinya.

Terkait dengan pentingnya komunikasi pembangunan dimana informasi mengenai pembangunan menjadi topik inti, serta kenapa kadangkala masyarakat tidak mendukung pembangunan tersebut. Nasution dalam Komunikasi Pembangunan (1996:45) mengungkapkan bahwa:

“Mengapa masyarakat perlu diberi informasi tentang pembangunan? Jawabannya, karena pembangunan pada pokoknya untuk mengubah kehidupan seluruh lapisan masyarakat. Kalau masyarakat tidak tahu yang sedang dibangun adalah untuk keperluan mereka sendiri, bisa-bisa mereka tidak peduli malahan ada kemungkinan timbul salah sangka, bahwa yang sedang dibangun adalah milik seseorang dan bukan untuk keperluan bersama.”

Berdasarkan konsep diatas berarti bahwa dalam menyampaikan informasi pembangunan perlu hati-hati. Apabila komunikasi pembangunan yang dilaksanakan berjalan dengan benar maka pelaksanaan pembangunan akan mendapat dukungan dari masyarakat, berarti pelaksanaan komunikasi pembangunan inilah yang kita perlukan

Dengan demikian, Informasi mengenai pembangunan menjadi modal utama yang berguna untuk mencapai kemajuan bangsa dan Negara yang bersangkutan. Dengan

mengupayakan keterpaduan akan lebih menjamin mantapnya partisipasi masyarakat aktif dalam pembangunan. Dimana pada akhirnya akan menghasilkan nilai produktivitas bagi kepentingan nasional sebagaimana diharapkan. Dengan informasi, manusia dapat mengikuti peristiwa-peristiwa yang terjadi disekitarnya, mencerdaskan kehidupan, memperluas cakrawala pandangan dan lebih meningkatkan kedudukan sosial dan perannya dalam masyarakat.

Dalam perkembangan dewasa ini kebutuhan akan informasi disalurkan melalui media massa merupakan kenyataan yang tak dapat dibantah lagi. Hal ini juga berkaitan dengan fungsi komunikasi pembangunan dimana informasi dan media massa adalah komponen yang ada di dalamnya.

Media massa di masa kini telah menjadi bagian utama dan referensi (acuan) bagi masyarakat dalam menjalankan kehidupan. Bahkan keterikatan masyarakat dengan media massa adalah hal yang tidak terelakkan lagi. Media massa menjadi candu dan memberikan pengaruh-pengaruh (baik positif maupun negatif) kepada masyarakat.

Media komunikasi (media massa) penyalur informasi dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak dapat dipecahkan dalam bentuk koran, majalah, bulletin dan lain-lain (visual non gerak – melalui gambar dan tulisan). Sedangkan media elektronik berupa televisi, radio, internet, dan lain-lain.

Salah satu media komunikasi yang kini bisa dikatakan menjadi salah satu kebutuhan utama adalah Televisi. Media televisi lebih banyak menarik minat, karena memiliki kelebihan berupa suara dan gambar (audiovisual). Sebuah bentuk perpaduan penyampaian pesan yang mungkin juga sangat diminati sebagian besar masyarakat Indonesia. Ketika angka minat baca masyarakat masih tergolong rendah dan media radio lebih dijadikan sebagai media hiburan, maka media televisi lahir sebagai media alternatif yang diminati. Televisi merupakan media komunikasi yang murah, cepat, efisien, ekonomis, serta menjangkau segmen yang luas.

Melalui media televisi, maka saluran informasi keberbagai pelosok dunia akan cepat sampai. Saluran informasi tanpa mengenal batas tempat dan waktu terbit, merupakan sarana yang paling ampuh dalam menyebarkan informasi. Selain ekonomis dibanding media cetak, juga kapan dan siapa dapat melakukan akses.

Televisi sebagai salah satu media massa yang diharapkan mampu menjadi lumbungunya informasi bagi semua pihak, harus juga mempunyai kemampuan untuk menggambarkan apa yang sedang terjadi. Untuk hal ini, harus disajikan secara benar, tidak boleh manipulatif. Juga menyajikan secara seimbang. Supaya penonton tahu dan mengerti apa yang sesungguhnya sedang terjadi. Juga masyarakat bisa memilih dan memilah mana yang seharusnya dicicipi dan yang mana seharusnya yang tidak perlu dicicipi dari pemberitaan tersebut. Artinya kehadiran dan peran media bukan hanya sebagai mesin foto copy belaka yang tidak mampu memberi kontribusi. Yang hanya mampu mencetak oplah semakin hari semakin besar, tetapi jauh dari peran dan fungsinya sebagai pengawal pembangunan dan penjaga sosial.

Televisi juga diharapkan untuk senantiasa menjadi instrument keterbukaan Demokratisasi *Open Sky* (Langit Terbuka), *Open Society* (Masyarakat Terbuka). Oleh sebab itu, semesta penyiaran layak dilindungi dari intervensi Negara dan penetrasi pasar yang berlebihan. Kadar intervensi dan penetrasi itu dibutuhkan ala kadarnya. Sebatas untuk menghidupi semesta penyiaran itu sendiri. Argumentasi ini menjadi kian kuat lantaran penyiaran merupakan sebuah *Public Spheres*, sebuah ruang atau kawasan dimana public biasa menayangkan wacana yang demokratis dan rasional. Konsepsi ruang public pada dasarnya berarti juga kawasan yang netral dimana public memiliki akses yang sama dan berpartisipasi dalam wacana yang sejajar pula. (Hermin, 2000, 27 yang dimuat di www.publikartikel.blogspot.com, akses 12/11/2007: 18.30 WIB)

Setelah mengalami pergulatan yang panjang di parlemen dan diskusi di berbagai daerah agar merubah regulasi dari system penyiaran terpusat menjadi system penyiaran. Hal ini juga tak lepas dari adanya semangat otonomi daerah. Melalui UU Penyiaran no.32 tahun 2002, kehadiran stasiun televisi local diharapkan mampu memberikan kesempatan kepada daerah untuk mengembangkan lembaga penyiaran sendiri. Hal ini dikarenakan bangsa Indonesia sangat plural, terdiri dari berbagai macam suku, budaya, bahasa, dan adat istiadat. Sehingga dengan adanya penyiaran local akan memperkaya kekhasan budaya bangsa.

Menjamurnya pendirian media lokal terutama media elektronik di daerah memberikan dampak positif terhadap kemajuan masyarakat dibidang informasi dan komunikasi itu sendiri. Seperti informasi seputar pemilihan kepala daerah (PILKADA),

media lokal memberikan informasi kepada khalayak terhadap para bakal calon Kepala Daerah seputar tampilan sosok dari bakal calon itu, dengan berusaha mengemas program yang akan ditawarkan kepada masyarakat pemilih dan apabila kelak jadi kepala daerah, program tersebut menjadi agenda kerjanya. Sehingga masyarakat pun ditawarkan sejumlah pilihan rasionalitas terhadap tampilan bakal calon kepala daerah itu sendiri.

Selain itu kehadiran media local sebagai penyampai informasi kepada masyarakat, telah lebih banyak memberikan dampak dan impact yang luas terhadap perkembangan karakter masyarakat di daerah. Dampak positif terlihat dalam bidang pendidikan, social-budaya, kesadaran hukum dan politik, serta agama.

Dalam perkembangan berikutnya, aktifitas dalam stasiun televisi memerlukan manajemen yang baik dan didukung oleh SDM yang berkualitas agar menghasilkan suatu pola kerja yang dinamis, atraktif, berkelanjutan dan kompetitif. Untuk itu, menyangkut kualitas para peliput berita, juga harus terus dikembangkan. Sebagai upaya merangsang kualitas pertumbuhan pers, khususnya SDM pers, agar semakin berkualitas dan semakin profesional.

Dimana, dengan SDM yang handal dalam dunia kerja jurnalistik, merupakan hal yang sangat mutlak. Karena dari hasil kerja merekalah, masyarakat diarahkan, untuk menilai, mengikuti atau tergalang suatu opini. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meminimalisir factor yang menghambat proses penyampaian informasi kepada masyarakat serta dalam peran dan fungsinya dalam pembangunan. Hal lain yang berkaitan adalah masyarakat sebagai penonton dan pengguna jasa televisi lokal. Tanpa penonton televisi tak ada artinya.

Malang TV, sebagai stasiun televisi local yang berstatus swasta di Kota Malang berperan dalam upaya meningkatkan arus informasi pembangunan pemerintah di daerah. Meskipun berstatus swasta, pada kenyataannya Malang TV telah banyak memberikan kontribusinya dalam pembangunan daerah (kota Malang). Kehadirannya juga telah menunjukkan peran dan fungsinya sebagaimana televisi local didirikan.

Selanjutnya Malang TV diharapkan untuk terus memberikan informasi serta program-program yang sejalan dan mendukung program pemerintah. Baik program yang sudah dilaksanakan maupun program-program yang belum direalisasikan. Malang TV juga diharapkan mampu menjadi pen jembatan bagi masyarakat dengan pemerintah.

Masyarakat harus mampu menyuarakan aspirasinya untuk pemerintah mengenai pembangunan melalui media ini.

Televisi lokal yang ada juga harus menjadi kepanjangan tangan pemerintah dalam upaya pemeratakan pendidikan disamping tugas utamanya menyampaikan program serta kebijakan pemerintah. Karena televisi mampu menjangkau daerah-daerah terpencil. Upaya ini jauh lebih murah dan lebih luas menjangkau sasaran mengingat terbatasnya anggaran. (*Kemana Media Massa Berpihak?* www.joglosemar.com, akses 31/10/2007 : 17.20 WIB)

Begitu besar peran media televisi lokal seperti yang diharapkan pada awal pembentukannya, sehingga luas juga perannya terhadap pembangunan di daerah. Sebab pembangunan itu sendiri tidak hanya yang bersifat fisik. Tetapi juga pada pembentukan karakter bangsa yang dijabarkan melalui pendidikan, pengetahuan terhadap politik dan hukum, serta control sosial. Melalui media Televisi lokal pemerintah dan masyarakat mendapatkan media atau wadah komunikasi yang tepat. Hasil-hasil pembangunan yang telah dilaksanakan diinformasikan kepada masyarakat agar mereka mengetahuinya. Dengan demikian diharapkan masyarakat dapat ikut serta berpartisipasi dalam pembangunan di daerahnya.

Oleh karena itu, seperti apa kondisi yang dialami oleh Malang TV dalam menjalankan peran dan fungsinya dalam pembangunan, termasuk diantaranya upaya memberikan informasi yang mendidik untuk meningkatkan partisipasi masyarakat pada proses pembangunan serta upaya pencerdasan masyarakat ke arah yang lebih baik masih perlu diadakan studi lebih lanjut. Untuk itu dalam penelitian yang akan dilakukan penulis mengangkat judul:

“PERAN MEDIA TELEVISI LOKAL DALAM PEMBANGUNAN (STUDI PEMANFAATAN FUNGSI KOMUNIKASI PEMBANGUNAN BAGI MASYARAKAT PADA MALANG TV KOTA MALANG)”

B. Rumusan Masalah

Dalam melaksanakan pembangunan sangat diperlukan peran serta masyarakat. Peran adalah sesuatu yang menjadi bagian atau yang memegang pimpinan utama (menentukan terjadinya peristiwa selanjutnya).

Dengan demikian Malang TV dalam menyampaikan informasi pembangunan kepada masyarakat harus merata dan terarah maka berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang dijadikan permasalahan adalah:

1. Bagaimana peran dari siaran Malang TV sebagai media televisi lokal dalam pembangunan?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat peran dari Malang TV dalam pembangunan?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan dari penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui peran dari siaran Malang TV sebagai media televise lokal dalam rangka meningkatkan pembangunan?
2. Mengetahui Faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat peran dari Malang TV dalam pembangunan?

D. Kontribusi Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara Teoritis
 - a. Dapat meningkatkan kemampuan penalaran dan analisis dalam menyikapi permasalahan yang muncul (hambatan) pada proses komunikasi media massa sekaligus sebagai usaha dalam menerapkan disiplin ilmu yang telah diperoleh.
 - b. Dapat digunakan sebagai bahan pustaka dan masukan dalam melakukan kegiatan penelitian serta studi lanjutan tentang administrasi pembangunan berkaitan dengan Komunikasi pembangunan dan peram media lokal terhadap pembangunan Daerah

- c. Bagi lembaga pendidikan dapat menambah khasanah pengetahuan bagi studi komunikasi. Juga sebagai bahan kajian dan membangun pemikiran dalam pengembangan Ilmu Administrasi Publik, khususnya dan Ilmu Pengetahuan umumnya

2. Manfaat secara Praktis

- a. Memberikan masukan dan bahan kajian kepada pers dalam hal ini adalah media massa elektronik – televisi (Malang TV) sebagai Agent of Information, dalam upaya ikut serta secara aktif terhadap permasalahan-permasalahan masyarakat.
- b. Menjadi acuan bagi media massa elektronik-televisi (Malang TV) atas perannya sebagai fasilitator bagi penyampai informasi mengenai kebijakan maupun informasi lainnya baik yang berasal dari pemerintah maupun dari sumber terkait kepada masyarakat Kota Malang
- c. Bagi Masyarakat agar dapat mengetahui bahwa media massa mampu mengubah pola pikir seseorang terhadap suatu hal dan hal itu akan dapat berpengaruh terhadap kemampuan orang tersebut untuk menyikapi suatu masalah.
- d. bagi Malang TV dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam mengelola siaran stasiun televisi local, guna meningkatkan kualitas siaran.
- e. Bagi penulis, penelitian ini merupakan kesempatan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diterima dan dipelajari.

E. Sistematika pembahasan

Ulasan yang akan digambarkan dalam skripsi ini secara garis besar dalam sistematika pembahasan setiap bab berisi tentang:

Bab I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi mengenai latar belakang penulis dalam mengadakan penelitian, maksud dan tujuan penelitian berdasarkan teoritis, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka yang didapat dari hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum atau penyajian berupa data seutuhnya dalam bentuk yang masih mentah dengan memuat sub-sub bab yang sesuai dengan penyajian data

Bab III : METODE PENELITIAN

metode penelitian, dalam bab ini menjabarkan bagaimana cara memperoleh kebenaran ilmiah dengan mendapatkan data-data yang ada, ruang lingkup metode penelitian terdiri dari focus penelitian, subjek dan latar, teknik pengumpulan data, manajemen data dan analisis data.

Bab IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan. Dalam bab ini penulis akan berusaha menyajikan data yang menganalisa maupun menginterpretasikan data yang berkaitan dengan peranan siaran radio dengan meningkatkan pembangunan

Bab V : PENUTUP

kesimpulan dan saran. Dalam bab ini kesimpulan dan saran yang diambil dari bab-bab sebelumnya kemudian mengajukan saran-saran maupun pendapat yang diharapkan untuk memperbaiki penulisan ini dan bermanfaat dalam upaya meningkatkan kualitas daripada siaran radio khususnya pemerintah

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Peranan

Menurut Soekanto dalam Sosiologi Suatu Pengantar (1987), Peranan adalah merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Lebih lanjut Soekanto mengemukakan:

“Karena kedudukannya seseorang dapat melakukan sesuatu tindakan atau gerak perubahan yang dinamis, dimana usaha itu diharapkan akan tercipta suatu keadaan atau hasil yang diharapkan. Tindakan tersebut dijalankan dengan memanfaatkan kewenangan, kekuasaan, serta fasilitas yang dimiliki karena kedudukannya.”

Menurut N. Gross W.S Masson dan A.W. M. C Eachern, menyatakan “Peranan adalah sebagai seperangkat harapan-harapan yang dipergunakan pada individu yang menempati kedudukan social tertentu.” Para ahli sosiologi membedakan peranan atas dua spek yaitu “Sebagai serangkaian harapan dan penampilan yaitu tingkah laku yang sesungguhnya pada individu dalam menjalankan peranannya.” (dalam Benny, 1983:99-115).

Sedangkan menurut Koentjoroningrat (1991) peranan adalah “merupakan segala cara perilaku atau individu atau kelompok untuk memenuhi kewajiban atau dengan demikian merupakan aspek yang dinamis dari status, cara-cara perilaku tersebut peranan.” Dengan demikian peranan lebih banyak menunjukkan pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai proses.

B. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Van Doorn & Lammers menyatakan komunikasi adalah merupakan sebagai sebuah tindakan, ia menganalisis komunikasi dari dua sisi yaitu sisi individu dan sisi sosial. Dari sisi individu ia membagi komunikasi menjadi yang bertipe obyektif (dari luar) yang melahirkan kegiatan dan cara tindak dan

subyektif (dari dalam) yang melahirkan proses-proses psikis dan sikap. Sedangkan dari sisi sosial ia membagi komunikasi obyektif yang melahirkan interaksi dan relasi sosial, serta subyektif yang melahirkan komunikasi dan hubungan sosial.

Koncaid & Schramn menyatakan komunikasi sebagai sebuah proses, artinya komunikasi merupakan proses berbagi/menggunakan sebuah informasi secara bersama dan pertalian antara para peserta dalam proses informasi tersebut dinamakan komunikasi. Ciri adanya proses komunikasi menurutnya adalah : Harus ada 2 pihak atau lebih, dan ada proses berbagi informasi, sehingga harus selektif dalam memilih alat komunikasi dan memilih pola yang sesuai untuk menggambarkan pikiran. Lebih jauh ia menyatakan bahwa langkah-langkah dalam sebuah proses komunikasi adalah menciptakan informasi, menyampaikan informasi tersebut, memperdalam perhatian, menafsirkannya, memahaminya lalu melaksanakan, serta timbulnya pengertian bersama.

Adapun Berlo menyatakan komunikasi sebagai cara mempengaruhi orang lain. Komunikasi bermaksud mempengaruhi org lain, dimana unsur komunikasi menurutnya adalah adanya Source (sumber), Message (pesan), Channel (saluran), Receiver (penerima), dan Effect (akibat). Lebih jauh ia memberikan ilustrasi bahwa seorang dokter yg mendiagnosa pasien, maka ia bertindak sbg sebuah source, pasien sbg receiver, message-nya adalah masalah kesehatan, channel-nya adalah udara (karena merupakan pola komunikasi primer), dan effect-nya adalah perubahan sikap dari sang pasien tsb. (Abi Abdulah, *Peran Media Komunikasi Modern (TV) sebagai Sarana untuk Menghancurkan*, [www. Al-Ikhwan.net](http://www.Al-Ikhwan.net), akses 21/11/2007 : 16.30 WIB)

2. Proses dan Komponen Komunikasi

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell komponen-komponen komunikasi adalah:

- a. Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.
- b. Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
- c. Saluran (*channel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan. dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
- d. Penerima atau komunike (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain
- e. Umpan balik (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.
- f. Effect adalah efek atau akibat yang disebabkan oleh pengaruh dari pengirim pesan pada si penerima pesan. (Wikipedia-online, akses 22/10/2007: 15.30 WIB)

Pada hakekatnya komunikasi yaitu suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Agar lebih jelas proses komunikasi dapat dibedakan dalam dua perspektif.

1. Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik

Proses ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan lambang dengan bibir apabila komunikasi dengan lisan. Penangkapan pesan dari komunikator kepada komunikan juga bisa ditangkap dengan indera telinga atau indera mata atau indera-indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit. Sebab bersifat situasional bergantung pada situasi terjadinya komunikasi.

Komunikasi yang terjadi antara dua orang disebut komunikasi interpersonal (komunikasi antar pribadi), komunikasi yang terjadi dengan massa yang relative banyak dan tersebar disebut komunikasi massa. Proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi proses komunikasi secara primer dan sekunder.

- a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer (*primary proses*) adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang (*symbol*) sebagai suatu media atau saluran. Lambang ini umumnya berupa bahasa. Tetapi dalam situasi-situasi komunikasi tertentu lambang-lambang yang digunakan dapat berupa kial (*gesture*), yakni gerak anggota tubuh, gambar, warna, dan lain sebagainya. Dalam komunikasi, bahasa sering disebut lambang verbal (*verbal symbol*) sedangkan lambang-lambang lainnya yang bukan bahasa dinamakan lambang non-verbal (*non-verbal symbol*).

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media pertama. Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau banyak jumlahnya atau kedua-duanya, jauh dan banyak. Kalau komunikan jauh, maka dipergunakanlah surat atau telepon; jika banyak dipakailah pengeras suara; apabila jauh dan banyak dipergunakanlah media massa. Bisa surat kabar, radio dan televisi. Komunikasi dalam proses secara sekunder ini semakin lama semakin efektif dan efisien karena didukung oleh teknologi-teknologi lainnya yang bukan teknologi komunikasi. (Effendi, 1986, 32-38)

2. Proses komunikasi dalam perspektif psikologis

Proses komunikasi perspektif ini terjadi pada diri komunikator dan komunikan. Ketika seorang komunikator berniat akan menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dalam dirinya terjadi suatu proses. Yaitu proses komunikasi intra personal (*face to face*). Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, yakni isi pesan dan lambang isi pada umumnya adalah pikiran. Sedangkan lambang pada umumnya adalah bahasa. Walter Lipmann menyebut isi pesan yaitu *picture in*, sedangkan Walter Hagemann menamakannya *das bewusstseininhalte*.

Proses mengemas atau membungkus pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikator itu dalam bahasa komunikasi dinamakan *encoding*.

Hasil *encoding* berupa pesan itu kemudian ia transmisikan atau operkan atau dikirimkan kepada komunikasi

Kini giliran komunikan terlibat dalam komunikasi intra personal. Proses dalam diri komunikan disebut *decoding* seolah-olah membuka kemasan atau bungkus pesan yang ia terima dari komunikator tadi. Isi bungkus tadi adalah pikiran komunikator. Apabila komunikan mengerti isi pesan atau pikiran komunikator, maka komunikasi tidak berjalan efektif. Onong (1984:96) berpendapat:

“Komunikasi adalah proses penyebaran pesan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada khalayak guna mengubah sikap, pendapat, dan perilakunya dalam rangka meningkatkan kemajuan lahiriah dan kepuasan bathiniah, yang dalam keselarasannya dirasakan serta merta oleh seluruh rakyat.”

3. Fungsi Komunikasi

Sebagai suatu proses penyampaian pesan, komunikasi memiliki beberapa fungsi yang tidak dapat kita abaikan. Bahwa fungsi komunikasi itu besar artinya bagi komponen komunikasi. Terutama dalam proses perjalanan penyampaian pesan kepada khalayak yang dituju. Fungsi komunikasi dapat dirasakan oleh pengguna kegiatan komunikasi.

Fungsi komunikasi meliputi tiga hal yaitu :

- a. fungsi memberikan informasi. Adalah kemampuan memberikan hal-hal baru yang actual bagi penerima pesan dalam proses komunikasi tersebut. Misalkan radio yang ada pada setiap jam-jam tertentu, berita yang disiarkan merupakan informasi bagi pendengarnya. Dari tidak tahu kejadian di suatu tempat menjadi mengetahui dari mendengarkan tadi
- b. fungsi mendidik. Artinya bahwa penerima pesan diajarkan sesuatu yang baru yang sebelumnya tidak diketahui atau dikuasainya

- c. fungsi menghibur. Seperti yang telah diketahui bahwa media massa adalah sarana untuk menghibur diri. Misalnya pada suatu stasiun radio menayangkan program siaran berupa sandiwara radio atau menyiarkan program acara musik. Hal ini tentunya dapat menghibur pendengarnya.

Komunikasi dapat terjadi pada berbagai aspek kehidupan baik itu dalam system politik, system ekonomi maupun system social. Diketahui komunikasi sekarang telah merambah ke segala aspek kehidupan manusia dan itu merupakan bagian dari proses kehidupan manusia sendiri.

Untuk itu media komunikasi memiliki arti penting tercapainya komunikasi yang efektif. Fungsi media massa atau elektronik itu sendiri mendidik era memberikan informasi dan hiburan bagi masyarakat. Media sering kali berperan sebagai pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan tata cara, gaya hidup dan norma-norma, (Denis Mc Quail, 1994: 35).

Media Komunikasi sangat beragam jenisnya mulai dari media cetak(Koran, majalah, tabloid, dan booklet) hingga media elektronik (Radio, Televisi, Internet). Jenis-jenis ini telah berinovasi dalam kehidupan manusia dan banyak membantu berkomunikasi

4. Faktor-faktor Penunjang Pada Komunikasi yang Efektif dan Pada Komponen Komunikator

- a. Wilbur Schram: menampilkan apa yang disebut "*The Condition of Succes in communication*" yaitu kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan yang membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:
 1. pesan harus dirancang dan disampaikan untuk menarik perhatian komunikan
 2. pesan menggunakan lambang-lambang sehingga antara komunikator dan komunikan sama-sama mengerti
 3. pesan dapat membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan
 4. pesan harus menyarankan antara satu jalan untuk memperoleh kebutuhan

dimana komunikan berada pada saat ia gerakan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

b. Faktor pada komponen komunikan

Dengan memperhatikan komponen tersebut jelaslah mengapa pesan export komunikan melalui dengan meneliti sedalam-dalamnya tujuan komunikan dan mengapa: know your audience merupakan ketentuan utama dalam komunikasi. Sebabnya adalah karena penting sekali mengetahui:

1. Timing yang tepat untuk pesan
2. Bahasa yang harus dipergunakan agar pesan dapat dimengerti
3. Sikap dan nilai yang harus ditampilkan agar efektif
4. Jenis kelompok dimana komunikasi akan dilaksanakan

Ditinjau dari komponen komunikan, seorang dapat dan akan menerima sebuah pesan hanya kalau terdapat empat kondisi berikut secara simultan:

1. ia dapat benar-benar mengerti pesan komunikasi
2. pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya.
3. Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu sesuai dengan tujuannya.
4. Pada saat ia mengambil keputusan, sadar bahwa keputusannya itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya.
5. Ia mampu menepatinya baik secara mental maupun secara fisik.

Ditinjau dari komponen komunikator untuk melaksanakan komunikasi efektif, terdapat dua factor penting pada sisi komunikator yakni kepercayaan pada komunikator (*source credibility*) dan daya tarik komunikator (*source attractiveness*)

1. hasrat seseorang untuk memperoleh suatu pertanyaan yang benar-benar jadi komunikator mendapat kualitas komunikasinya sesuai dengan kualitas dimana ia memperoleh kepercayaan dari komunikan (*source credibility*)
2. hasrat seseorang untuk menyamakan dirinya dengan komunikator atau bentuk hubungan yang emosional memuaskan komunikannya (*source*

attractiveness)

C. Komunikasi Pembangunan

Pada hakekatnya pembangunan dilaksanakan oleh pemerintah untuk masyarakat melalui peran serta masyarakat juga sebagai komponen pembangunan. Melalui komunikasi keduanya saling bersinergi. Dan komunikasi itu sendiri dilakukan sebagai bentuk atau upaya pemerintah menunjukkan program dan kebijakan serta ide atau gagasan-gagasan yang baru.

1. Pengertian dan Peran Komunikasi Pembangunan

Menurut Nasution dalam Komunikasi Pembangunan, Komunikasi Pembangunan adalah segala upaya dan cara, serta teknik penyampaian gagasan, dan keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang memprakarsai pembangunan dan ditujukan kepada masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima, dan berpartisipasi dalam melaksanakan gagasan-gagasan yang disampaikan tadi. Jadi selain mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh pemerintah dalam pembangunan, masyarakat juga bisa ikut berpartisipasi

Catatan tentang peranan komunikasi dalam pembangunan ini masih dapat diperpanjang, terutama semakin kompleksnya tuntutan pembangunan itu sendiri. Dari berbagai ulasan yang dikemukakan para ahli, Hedebrö (1979) mendaftar 12 peran yang dapat dilakukan komunikasi dalam pembangunan, yakni:

- a. komunikasi dapat menciptakan iklim bagi perubahan dengan membujuk nilai-nilai, sikap mental, dan bentuk perilaku yang menunjang modernisasi
- b. komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan baru, mulai dari baca tulis ke pertanian, hingga ke keberhasilan lingkungan, hingga reparasi mobil (Schramm, 1967)
- c. media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan.

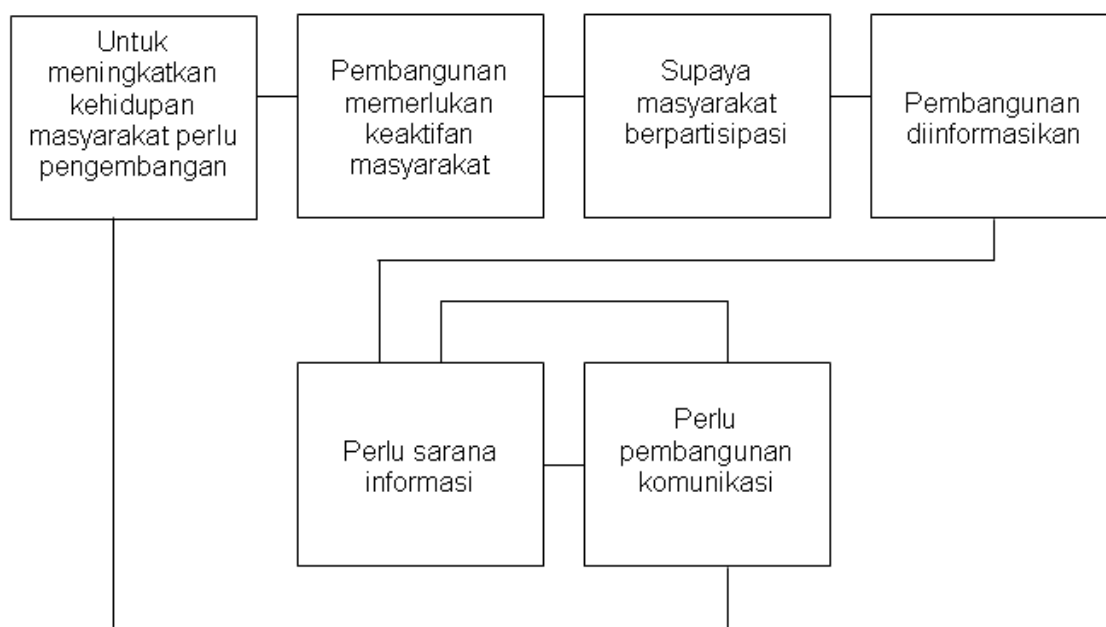
- d. media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang seolah-olah dialami sendiri, sehingga mengurangi biaya psikis ekonomis untuk menciptakan kepribadian yang mobile.
- e. komunikasi dapat meningkatkan aspirasi yang merupakan perangsang untuk bertindak nyata
- f. komunikasi dapat membantu masyarakat menemukan norma-norma baru dan keharmonisan dari masa transisi (Rao, 1966)
- g. komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan di tengah hidup bermasyarakat
- h. komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan pada masyarakat yang bercirikan tradisional, dengan membawakan pengetahuan kepada massa. Mereka yang memperoleh informasi, akan menjadi orang yang berarti, dan para pemimpin tradisional akan tertantang oleh kenyataan bahwa ada orang lain yang juga mempunyai kelebihan dalam memiliki informasi
- i. komunikasi dapat menciptakan rasa kebangsaan sebagai sesuatu yang mengatasi kesetiaan-kesetiaan local.
- j. komunikasi dapat membantu mayoritas populasi menyadari pentingnya arti mereka sebagai warga negara, sehingga dapat membantu meningkatkan aktivitas politik (Rao, 1966)
- k. komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program-program pembangunan yang berkaitan dengan kebutuhan penduduk.
- l. komunikasi dapat membuat pembangunan ekonomi, social, dan politik menjadi suatu proses yang berlangsung sendiri (*self-per-pertuating*).(<http://publikartikel.blogspot.com>. Diakses 21/11/2007: 20.30 WIB)

2 Komunikasi dan Pembangunan

Proses perubahan social yang merupakan syarat berlangsungnya pembangunan dapat terjadi dengan cara memperkenalkan atau memasukkan hal-hal, gagasan-gagasan, ide-ide baru kepada masyarakat secara obyektif sekaligus subyektif pembangunan karena pada hakekatnya pembangunan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Gagasan-gagasan dan ide-ide baru dapat masuk ke tengah suatu system social (masyarakat) terutama karena terjadinya komunikasi antar anggota suatu masyarakat, ataupun antara suatu kelompok masyarakat dengan kelompok masyarakat lain. dengan demikian, komunikasi merupakan factor yang penting untuk terjadinya suatu perubahan social. Melalui saluran-saluran komunikasilah terjadi pengenalan, pemahaman, penilaian, yang kelak akan menghasilkan penerimaan atau penolakan terhadap gagasan-gagasan dan ide-ide baru tersebut.

Gambar 1.
Hubungan Komunikasi dengan Pembangunan



Sumber: Nasution (1996:82)

Schram dalam Nasution (1996:55) merumuskan tugas pokok komunikasi dalam suatu perubahan social dalam rangka pembangunan nasional yaitu:

- a. menyampaikan kepada masyarakat informasi tentang pembangunan nasional, agar mereka memusatkan perhatian pada kebutuhan akan perubahan, kesempatan dan cara mengadakan perubahan, sarana-sarana perubahan dan membangkitkan aspirasi nasional.

- b. memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut mengambil bagian secara aktif dalam proses pembuatan keputusan, memperluas dialog agar melibatkan semua pihak yang akan membuat keputusan mengenai perubahan. Memberikan kesempatan kepada para pemimpin masyarakat untuk memimpin dan mendengarkan pendapat rakyat kecil, dan menciptakan arus informasi yang berjalan lancar dari bawah ke atas
- c. mendidik tenaga kerja yang diperlukan pembangunan, sejak orang dewasa hingga anak-anak, sejak pelajaran baca tulis, hingga keterampilan teknis yang mengubah hidup masyarakat.

Catatan mengenai peranan komunikasi dalam pembangunan ini masih dapat diperpanjang. Seperti yang dirumuskan oleh Hedebero dalam Nasution (1996:56), yaitu:

- a. komunikasi data menciptakan iklim bagi perubahan dengan membujuk nilai-nilai, sikap mental, dan bentuk perilaku yang menunjang modernisasi.
- b. Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan baru, mulai dari baca tulis ke pertanian, hingga kebersihan lingkungan, hingga reparasi mobil
- c. Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan
- d. Media masa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang seolah-olah dialaminya sendiri. Sehingga mengurangi biaya psikis dan ekonomis untuk mencipayakan kepribadian yang mobile
- e. Komunikasi dapat mengantarkan aspirasi yang merupakan perangsang untuk bertindak nyata
- f. Komunikasi dapat mmbantu masyarakat menemukan norma-norma baru dan keharmonisan dari masa transisi
- g. Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan ditengan kehidupan bermasyarakat.

- h. Komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan pada masyarakat yang bercirikan tradisional, dengan membawakan pengetahuan kepada massa. Mereka yang mendapat informasi akan menjadi orang yang berarti, dan para pemimpin tradisional akan tertantang oleh kenyataan bahwa ada orang-orang lain yang juga mempunyai kelebihan dalam hal memiliki informasi
- i. Komunikasi dapat menciptakan rasa kebangsaan sebagai sesuatu yang mengatasi kesetiaan-kesetiaan lokal
- j. Komunikasi dapat membantu mayoritas populasi menyadari pentingnya arti mereka sebagai warga negara, sehingga dapat membantu meningkatkan aktivitas politik.
- k. Komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program-program pembangunan yang berkaitan dengan kebutuhan penduduk
- l. Komunikasi dapat membuat pembangunan ekonomi, social, dan politik menjadi suatu proses yang berlangsung sendiri (*self-perpetuating*).

Berdasarkan pendataan mengenai peranan komunikasi dalam pembangunan, maka jelas dapat dilihat bahwa komunikasi dan pembangunan mempunyai kaitan yang sangat erat. Pembangunan dapat berlangsung dengan lancar dan berhasil apabila didukung oleh partisipasi masyarakat dalam melakukan kegiatan pembangunan itu sendiri. Sedangkan partisipasi masyarakat baru akan tumbuh setelah pembangunan dikomunikasikan kepada masyarakat sehingga masyarakat mengenal dan memahami pembangunan yang akan dilaksanakan.

3. Perencanaan Pembangunan Dan Komunikasi Pembangunan

Dewasa ini dengan munculnya UU No. 22 tahun 1999 yang direvisi dengan UU No. 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, dimana pemberian hak otonomi seluas-luasnya kepada daerah yang dimaksudkan untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri yang merupakan perwujudan pemerataan pembangunan nasional. Pemberian hak otonomi ini bertujuan untuk meningkatkan

efektifitas dan efisiensi pemerintah daerah dalam rangka memberikan pelayanan kepada masyarakat sekaligus pelaksanaan pembangunan daerahnya sehingga dapat dimaksimalkan. Untuk itu dibutuhkan perencanaan yang tepat bagi daerah dalam melaksanakan pembangunan.

Adapun perencanaan yang dianggap tepat sesuai dengan paradigma pembangunan sekarang ini yakni paradigma *People Centered* yang mengedepankan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pembangunan baik itu sebagai subjek maupun objek pembangunan. Partisipasi berarti ikut berperan serta dalam suatu kegiatan partisipasi masyarakat dibutuhkan untuk mengetahui permasalahan yang sebenarnya terjadi di masyarakat itu sendiri, selain itu untuk menampung aspirasi masyarakat dalam menyusun/mengajukan rencana usulan program/proyek pembangunan dan proyek yang murni dibiayai oleh masyarakat, ditempuh sistem perencanaan dari bawah keatas (*bottom up planning*) yang merupakan murni partisipasi masyarakat. Sesuai dengan sebutan partisipasi masyarakat atau perencanaan pembangunan dari bawah, maka proses dan mekanisme penyusunannya dibahas secara berjenjang melalui tahap-tahap penyusunan di semua tingkatan pemerintahan mulai dari desa/kelurahan, kecamatan dan kota/kabupaten.

Disinilah media berperan sebagai pelaksana fungsi komunikasi pembangunan. Dimana kebijakan – kebijakan pembangunan maupun *strategic planning* yang dibuat oleh pemerintah diharapkan mampu tersampaikan pada masyarakat melalui media media yang ada

Pelaksanaan proses komunikasi di dalam sebuah stasiun televisi Malang TV dilakukan dalam rangka mewujudkan peran serta masyarakat di dalam pembangunan daerah. Maka agar berjalan lancar dan berdaya guna, pertanyaannya adalah “*who says what in which channel to whom with what effect*” dalam suatu proses komunikasi adalah merupakan strategi komunikasi yang harus diperhitungkan, serta dilaksanakan dalam pembangunan daerah.

Komunikasi pembangunan dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat dan efektif, maka gagasan ataupun informasi tentang program-program pembangunan yang disampaikan kepada masyarakat akan dapat diterima dan dimengerti dengan baik. Hal ini dimungkinkan karena adanya keterkaitan dan keserasian dari aspek-

aspek strategi komunikasi yang menyangkut siapa komunikatornya, pesan apa yang disampaikan, media apa yang digunakan, siapa yang menjadi komunikannya dan efek apa yang diharapkan sehingga tujuan dari komunikasi pembangunan yang dikehendaki akan jelas apakah bersifat informasi, persuasi, atau bersifat instruksi kepada masyarakat yang menerimanya.

D. Media Massa

1. Pengertian dan pembagian media massa

Media massa merupakan suatu media yang sangat penting dalam rangka menunjang kehidupan masyarakat yang semakin berkembang dan selalu bergerak maju dari masyarakat tradisional ke masyarakat maju (modern). Ada beberapa pengertian dari media massa, antara lain menurut kamus besar Bahasa Indonesia. Dikemukakan bahwa media massa adalah alat (sarana) komunikasi seperti Koran, majalah, radio, televisi, film dan lain-lain. media massa adalah sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita kepada masyarakat luas. Pendapat lain yaitu menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble bahwa media massa merupakan alat dalam komunikasi yang mampu menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas dan heterogen.

Media massa pada umumnya mempunyai dua arti, yaitu pertama, media massa dalam arti luas yang meliputi segala macam penerbitan, bahkan termasuk media massa elektronika radio, siaran televisi, dan internet. Kedua, media massa dalam arti sempit yang terbatas pada media cetak seperti surat kabar, majalah, dan bulletin kantor berita.

Dalam berbagai wacana tentang fungsi media massa, disebutkan 4 fungsi dari media massa. Yaitu sebagai penyalur informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi mempengaruhi (persuasi). Keempat fungsi tersebut melekat dalam media massa secara utuh. Dalam arti harus dilaksanakan secara bersama-sama. Tidak boleh mengutamakan satu atau dua fungsi tapi mengabaikan fungsi lainnya.

Menurut Dennis MC Quail, kerangka peran media massa bagi individu adalah :

a. informasi

1. mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat masyarakat dan dunia.
2. Mencari bimbingan masyarakat untuk berbagai masalah praktis, pendapat dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan
3. Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum
4. Belajar, pendidikan diri sendiri
5. Memperoleh rasa damai melalui penambahan tentang diri sendiri

b. identitas pribadi

1. menemukan penunjang nilai-nilai pribadi
2. menemukan model perilaku
3. mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain dalam media
4. meningkatkan kemampuan tentang diri sendiri

c. integrasi dan interaksi social

1. memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain, empati social
2. mengidentifikasikan diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki
3. menemukan bahan percakapan dan interaksi social
4. memperoleh teman selain dari manusia
5. membantu menjalankan peran social
6. memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman dan masyarakat

d. hiburan

1. melepaskan diri dari permasalahan
2. bersantai
3. memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis
4. mengisi waktu
5. penyalur emosi

2. Fungsi dan peran media massa

Media massa sudah menjadi suatu kebutuhan sehari-hari masyarakat yang

dinamis. Peran media massa sudah melebihi peran seorang guru jika dilihat dari factor penyebaran dan audiennya. Media massa yang didalamnya terkandung tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi, ilmu pengetahuan dan perkembangan budaya dan teknologi merupakan sumber informasi yang sangat berguna bagi masyarakat. Dennis MC Quail menyatakan bahwa media massa mempunyai fungsi utama dalam masyarakat, yaitu:

a. Informasi

1. menyediakan informasi tentang peristiwa dan kondisi masyarakat dan dunia
2. menunjukkan hubungan kekuasaan
3. memudahkan inovasi, adaptasi, dan kemajuan

b. Korelasi

1. menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi
2. menunjang otoritas norma-norma yang mapan
3. melakukan sosialisasi
4. mengkoordinasikan beberapa kegiatan
5. membentuk kesepakatan
6. menentukan urutan prioritas dan memberikan status relative

c. Kesenambungan

1. mengekspresikan budaya dominant dan mengakui keberadaan budaya khususnya (subculture) serta perkembangan budaya baru
2. meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai

d. Hiburan

1. menyediakan hiburan, pengalihan perhatian dan sarana relaksasi
2. meredakan ketegangan social

e. mobilisasi

dikatakan oleh Agee, Ault dan Emery (1998) bahwa:

kemampuan media massa untuk menyeleksi dan mengarahkan perhatian masyarakat pada gagasan atau suatu peristiwa tertentu. Media mengatakan kepada

kita apa yang penting dan apa yang tidak. Hal-hal yang dianggap penting oleh media juga merupakan hal-hal yang penting oleh masyarakat. Media memang menentukan agenda khalayak sampai pada batas tertentu.

Media massa mampu menjalankan fungsinya dengan baik antara lain dengan mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan dan kadang kala juga dalam bidang agama. Terlihat jelas dengan fungsi-fungsi yang melekat pada media massa, bahwa ia mampu membentuk pola ataupun tata kehidupan masyarakat. Selanjutnya media massa masih mempunyai peran terhadap para khalayak media tersebut selain prannya bagi masyarakat. Media massa mampu memberikan corak berpikir sehingga pemakai media tersebut dapat menentukan model perilakunya sendiri

Media melakukan seleksi sebelum melaporkan berita kemudian melakukan gatekeeping terhadap informasi dan akan membuat pilihan apa saja yang akan diberitakan dan tidak. Apa yang diketahui oleh khalayak pada umumnya merupakan hasil dari media *gate keeping*.

Ada 3 proses agenda *setting* : (*Analisa Teori Agenda Setting*)

- a. Media Agenda - dimana isu didiskusikan dalam media
- b. Public Agenda - ketika isu didiskusikan dan secara pribadi sesuai dengan khalayak
- c. Policy Agenda – pada saat para pembuat kebijaksanaan menyadari pentingnya isu tersebut.

Jadi media massa mempunyai kemampuan untuk memilih dan menekankan topik tertentu yang dianggapnya penting (menetapkan ‘agenda’) sehingga membuat publik berpikir bahwa isu yang dipilih media itu penting. Studi tentang agenda setting ini kebanyakan dilakukan menjelang kampanye politik.(www.publikartikel.blogspot.com. Diakses 21/12/2007: 21.30 WIB)

3. Media Massa dan Pembangunan

Peranan media massa dalam pembangunan nasional adalah sebagai agen pembaharuan (*agent of social change*). Letak peranannya adalah dalam hal membantu mempercepat proses peralihan masyarakat yang tradisioal menjadi

masyarakat yang modern. Khususnya peralihan dari kebiasaan-kebiasaan yang menghambat pembangunan ke arah sikap yang baru yang tanggap terhadap pembaharuan demi pembangunan. Studi empiris banyak menunjukkan kegagalan pembangunan atau pembangunan tidak mencapai sasaran, karena kurangnya partisipasi masyarakat.

Dengan demikian dalam penyampaian informasi pembangunan kepada masyarakat harus mempunyai kejelasan yang sama dalam gerak atau persepsi sehingga tidak menimbulkan salah pengertian. Informasi yang bersidat up to date, realitas dan pragmatis akan dapat menumbuhkan pengertian dan kepercayaan sehingga akan menciptakan hubungan yang harmonis antara pemerintah, masyarakat maupun instansi lainnya. Sedangkan untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat tersebut dapat dikembangkan komunikasi timbal balik yang sifatnya terpadu dan terarah. Karena dengan komunikasi dapat menjadikan seseorang itu tahu akan informasi yang actual dapat menjadikan mereka kritis terhadap permasalahan yang ada. Sebab dalam komunikasi terdapat saling menukar ide maupun informasi.

sejumlah peran lain dari media massa dalam pembangunan adalah:

- a. meluaskan wawasan masyarakat
- b. memfokuskan perhatian masyarakat terhadap pembangunan
- c. meningkatkan aspirasi
- d. membantu mengubah sikap dan praktek yang dianut
- e. memberi masukan untuk saluran komunikasi antar pribadi
- f. memberi status
- g. memperlebar dialog kebijakan
- h. menegakkan norma-norma social
- i. membantu membentuk selera
- j. mempengaruhi nilai-nilai yang kurang teguh dianut dan menyalurkan sikap yang lebih kuat
- k. membantu berbagai jenis pendidikan dan pelatihan

4. Komunikasi (Media) Massa; Pengertian, Sifat, Fungsi, Karakteristik, dan Peranannya

Komunikasi Massa menurut Bitner adalah “*Mass Communication is messages communicated Through a mass medium to large number of people*” (Rakhmat, 2002, 188). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pesan yang dikomunikasikan lewat media massa tersebut merupakan teknologi komunikasi massa yang dilakukan oleh media massa tersebut dapat meliputi TV, Film, Radio, Majalah, dan surat kabar.

Definisi lain juga pernah dikemukakan oleh Josep A. Devito (1995:5) yang apabila diterjemahkan secara bebas bisa berarti :

Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang menonton televisi. **Kedua**, komunikasi massa adalah komunikasi yang diaslurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya.

Jelas dengan pengertian tersebut diatas, yang dimaksud dengan komunikasi massa disini adalah komunikasi melalui media massa modern. Dahulu media massa masih sangat tradisional seperti juru dongeng keliling, juru pantun, dan lain-lain. Lazimnya media massa modern menunjukkan seluruh system dimana pesan-pesan diproduksi, dipilih, disiarkan, dan ditanggapi. Komunikasi massa yang menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Berikut beerapa karakteristik komunikasi massa :

- a. komunikan menerima pesan secara serentak
- b. bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara pelaku komunikasi. Komunikasi massa bersifat *one way traffic communication* , sehingga umpan balik (feed back) tidak mungkin terjadi.
- c. komunikan bersifat heterogen tersebar dan anonym.. Penerima pesan (komunikan) dalam komunikasi massa merupakn khalayak yang tersebar luas dan bermacam-macam.

- d. Komunikatornya melembaga komunikator dalam komunikasi massa terdiri dari sejumlah orang yang melembaga, bukan perorangan.

Komunikasi yang bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media, yaitu media elektronik atau cetak. Televisi, radio, film, video dan internet adalah contoh media elektronik. Sedangkan yang termasuk media cetak adalah majalah, surat kabar, tabloid dan sebagainya (Rakhmat, 2002, 189)

Beberapa sifat komunikasi massa yang membedakannya dengan komunikasi lainnya:

- a. komunikatornya terlembagakan
- b. pesan bersifat umum
- c. komunikan anonym dan heterogen
- d. media massa menimbulkan keserempakan
- e. mengutamakan unsure isi daripada hubungan
- f. bersifat satu arah
- g. stimulasi alat indra terbatas
- h. umpan balik tertunda

Sedangkan komunikasi massa memiliki fungsi-fungsi, yaitu:

- a. informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya.
- b. sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan yang luas bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai-nilai yang ada.
- c. motivasi, yakni mendorong seseorang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat, dan dengar dari media massa.
- d. bahan diskusi, yakni menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai

hal-hal yang menyangkut orang banyak.

- e. pendidikan, yaitu membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal di sekolah maupun diluar sekolah
- f. memajukan kebudayaan, media massa menyebarkan hasil-hasil kebudayaan melalui pertukaran program,
- g. hiburan, media massa telah menyita banyak ruang untuk golongan manusia dengan difungsikannya sebagai alat hiburan dalam rumah tangga.
- h. integrasi, komunikasi massa dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan-perbedaan dalam memupuk dan memperkokoh persatuan bangsa.

Artinya media massa dan komunikasi massa saling mendukung satu sama lainnya. Komunikasi melalui media elektronik (Televisi) selain memberi informasi juga mengharap respon dari audience atau khalayak untuk mengetahui informasi diterima atau ditolak.

E. Media Komunikasi Elektronik Televisi

1. Media Televisi (media audio visual)

Dari hasil perkembangan antara radio dan film, orang kemudian dapat menciptakan televisi. Merupakan kombinasi dari kedua-duanya. Keuntungan dari radio dan film dapat dicakup oleh televisi. Bahkan masih ada keuntungannya lagi. Kalau dengan radio orang dapat mendengarkan berita dan hiburan saja, tetapi dengan televisi dapat menyaksikan gambarannya. Begitu pula halnya dengan film. Orang harus dating ke tempat di mana gedung bioskop memutar filmnya.(Widjaya, 1993:84)

Perkembangan televisi sebagai media massa elektronik pada awalnya dimulai dengan hadirnya kamera televisi yang ditemukan oleh Vladimir Zworykin pada tahun 1923. Sampai dengan tahun 1948 kehadiran televisi dianggap diperuntukkan bagi masyarakat elit. Baru ketika pada tahun 1946 televisi berwarna mulai ditunjukkan oleh CBS dan NBC dan di tahun 1948

televisi mulai menyiarkan berita dan hiburan secara teratur. Maka perkembangan televisi sebagai media massa memasuki tahap populer sampai dengan tahun 1987

Perkembangan menarik yang terjadi diantara tahun-tahun tersebut antara lain dikemukakan oleh Greenfield (1977) dan Wilson (1989), yaitu pada tahun 1951 penyebaran gambar televisi dilakukan atas bantuan jaringan microwave sehingga mempermudah penerimaan gambar oleh khalayak yang jauh dari stasiun pembacanya. Kemudian di tahun 1956 televisi mulai menyiarkan kampanye Presiden Amerika Serikat. Di tahun 1959 terjadi dominasi hiburan barat yang melanda siaran televisi. 1973-1974 televisi menyiarkan dengar pendapat di Amerika Serikat atas kasus Watergate yang melibatkan Presiden Nixon. Bahkan televisipun ikut menyiarkan masalah Iran Contra yang melibatkan Letnan Kolonel Oliver North (penasehat militer presiden Ronald Reagan) dalam penjualan senjata secara ilegal kepada Iran. (www.wikipedia.com. Diakses 23/11/2007: 14.50 WIB)

Arahan program-program televisi secara spesialisasi terjadi baru sejak tahun 1980-an yang memperkenalkan aplikasi gabungan jaringan televisi kabel yang memberikan kemungkinan khalayak dapat memilih channel sendiri untuk pilihan program tertentu. Bahkan pada jaringan yang lain telah diaplikasikan pemesanan produk dari pasar swalayan karena khalayak telah menonton iklan produk itu lewat televisi. (Liliweri, 1991:15)

2. Stasiun Televisi

Stasiun televisi merupakan suatu tempat terpusatnya kegiatan dari suatu organisasi penyiaran, karena itu besar kecilnya tergantung dari statusnya, misalnya kita ambil contoh stasiun pusat Jakarta dan stasiun daerah. Bahkan stasiun daerah pun terjadi perbedaan. Kegiatan utama suatu stasiun sebagai organisasi penyiaran, meliputi kegiatan administrasi, kegiatan teknik, dan kegiatan produksi siaran.

Karena itu suatu stasiun yang mempunyai kegiatan memproduksi acara siaran kemudian hasil produksinya disiarkan sendiri atau dikirim ke stasiun pusat atau siaran lainnya, disebut stasiun penyiaran. Nama ini untuk membedakan dengan

stasiun yang hanya mempunyai kegiatan memproduksi saja tetap tidak menyiarkan sendiri. Hasil produksinya dikirim ke stasiun pusat atau stasiun penyiaran terdekat. Stasiun yang bertugas demikian disebut sebagai stasiun keliling (Darmanto, 1994:46)

Seperti yang dijelaskan diatas, stasiun televisi meliputi kegiatan utama. Yaitu kegiatan administrasi, teknik, dan produksi-siaran. Manusia mengelola kegiatan tersebut harus bekerja sama atas dasar saling pengertian dan menghargai serta mengingatkan (asah-asih-asuh), ini diperlukan agar output siaran yang dihasilkan menjadi berkualitas. siaran yang merupakan output satu-satunya stasiun televisi dalam hal ini berupa informasi audio visual gerak dan sinkron.

Siaran televisi mampu mendatangi khalayak tanpa membedakan status dan usia selama 24 jam sehari. Ini berarti makna berkala dalam stasiun televisi tidak dibatasi waktu hari, minggu, dan bulan. Melainkan hanya dibatasi waktu detik, menit, dan jam. Hal ini perlu dipahami makna berkala dalam media massa dapat berbeda. (Liliweri, 1991:53)

Industri pertelevisian di Indonesia diawali dengan berdirinya stasiun TVRI pada tahun 1962. disusul oleh stasiun televisi swasta RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) pada tahun 1989, SCTV (Surya Citra Televisi Indonesia) pada tahun 1990, TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) pada tahun 1991, anTV (Andalas Televisi – yang kini bergabung dengan Asian Star TV) pada tahun 1993, Indosiar (Indosiar Visual Mandiri) pada tahun 1994, Trans TV pada tahun 2000, Lativi pada tahun 2000, Trans 7 pada tahun 2000, hingga stasiun televisi yang bersegmen tertentu seperti Metro TV (khusus berita) pada tahun 2000, dan MTV-Global TV pada tahun 2001. bahkan kini, telah menjamur stasiun-stasiun televisi local pada daerah-daerah tertentu di Indonesia, yang distribusi siarannya memang terbatas pada wilayah local. Diantaranya JTV (Jawa Timur) yang berdiri pada tahun 2000, Bali TV (Bali) pada tahun 2000, PKTV (Kalimantan Timur) pada tahun 2001, hingga pada lingkup kota seperti Malang TV (Malang).

Dengan maraknya pembentukan biro televisi di daerah dengan siaran yang bermuatan lokalitas ini merupakan hal baru yang menarik dalam industri pertelevisian di tanah air. Maklum, selama ini kita hanya disuguhi oleh televisi yang

penyiarannya dilakukan dari Jakarta saja.

Stasiun televisi memiliki fungsi yang sama dengan media massa lain, yaitu fungsi mendidik, menginformasikan, meneruskan nilai-nilai budaya bangsa, menjadi agen pembaruan (di Negara berkembang). Semua fungsi ini dilandasi pada filosofi ilmu komunikasi. Yaitu melalui ilmu komunikasi mengangkat harkat dan martabat manusia, baik sebagai individu, makhluk social, maupun makhluk Tuhan (Wahyudi, 1994:7)

Setiap mata acara televisi, direncanakan, diproduksi, dan disajikan kepada khalayak dengan isi pesan yang *informative, edukatif, persuasive, stimulatif, dan komunikatif*. Di Indonesia, cara-cara *co-ersive* (menakut-nakuti) tidak boleh diterapkan karena Indonesia menganut paham demokrasi Pancasila. Cara *co-ersive* bisa digunakan oleh Negara-negara yang berbentuk komunis atau otoriter.

Pengelolaan stasiun televisi, khususnya di bidang perencanaan berekrja atas kesadaran bahwa siaran televisi memiliki kekuatan yang sangat besar, baik untuk menciptakan kejahatan maupun kebaikan. Di atas kesadaran itu para pengelola stasiun televisi bekerja merencanakan, memproduksi, dan menyajikan siaran mempunyai tanggung jawab moral dan etika terhadap masyarakat.

Siaran televisi mempunyai daya penetrasi yang sangat kuat terhadap individu atau kelompok. Akibatnya siaran televisi dapat menimbulkan dampak yang sangat luas terhadap masyarakat. Dengan kata lain dampak yang ingin ditimbulkan baik kearah positif atau sebaliknya tergantung siapa dibalik stasiun televisi tersebut.

Dari urutan di atas terlihat bahwa kegiatan stasiun televisi meliputi:

- a. merencanakan dan memproduksi program (mata acara)
- b. mengadakan atau menyiapkan program
- c. menyiarkan pola acara, baik harian, mungguan, bulanan, triwulan, dan seterusnya.
- d. menyelenggarakan penyiaran baik artistic maupun jurnalistik
- e. mengadakan kerjasama dengan lembaga penyiaran lain
- f. mengadakan kerjasama dengan production house
- g. menyelenggarakan penelitian dan pengembangan

- h. mengadakan pendidikan dan pelatihan sumberdaya manusia
- i. menyelenggarakan pertukaran berita dan program dengan lembaga penyiaran lain baik dari dalam maupun luar negeri
- j. mengadakan promosi dan menjual program

siaran televisi berkembang menjadi mata dagangan (*commodity*) dengan sasaran khalayak dengan consumer. Siaran televisi dapat dijual dan dapat dipakai sebagai sarana menjual produk atau jasa. Hal ini dikarenakan sasaran khalayak yang dapat dijangkau melalui siaran televisi yang sangat besar dan luas. Selain itu juga siaran televisi mempunyai daya rangsang yang tinggi terhadap khalayak. Itulah sebabnya, siaran televisi dapat sarana poliyik, social budaya, ideology, dan ekonomi. Dalam hal ini iklan.

3. Penerapan Manajemen Pada Penyiaran

Menurut Henry Fayol, manajemen adalah proses menginterpretasikan, mengakomodasikan sumber daya, sumber dana dan sumber-sumber lainnya untuk mencapai tujuan dan sasaran melalui tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan penilaian. Menurut Henry Fayol ada 14 azas dalam manajemen, yaitu:

- a. pembagian tugas
- b. wewenang dan tanggung jawab
- c. disiplin
- d. kesatuan perintah
- e. kesatuan pengarahan
- f. ketertiban
- g. keadilan
- h. prakarsa
- i. stabilitas jabatan
- j. kesatuan
- k. jenjang kepangkatan
- l. pemindahan wewenang

- m. penggantian pegawai
- n. mengutamakan kepentingan umum daripada kepentingan bersama

dari 14 azas tersebut oleh Henry Fayol diringkas menjadi 4 yang disebut sebagai fungsi manajemen, yaitu :

- a. Planning diartikan sebagai penetapan tujuan, penetapan aturan, penyusunan terencana dan sebagainya
- b. organizing meliputi pembentukan bagian-bagian, pemberian tugas, mengelompokkan pegawai dan sebagainya
- c. act terdiri atas melaksanakan tugas, memproduksi, mengemas produk dan lain-lain
- d. controlling meliputi melihat pelaksanaan tugas, menyeleksi produk, mengevaluasi penjualan.

Manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran. Yaitu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti organisasi penyiaran sebagai “motor penggerak” organisasi penyiaran dalam usaha mencapai tujuan bersama melalui penyelenggara siaran.

Tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi penyiaran ada yang bersifat idiil, materiil dan keduanya. Dalam usaha mencapai tujuan, mengingat siaran memiliki dampak yang sangat luas pada khalayak, serta mampu mengubah sikap, pendapat dan tingkah laku individu/ kelompok dalam waktu yang relative singkat. Maka pengelola siaran mempunyai tanggung jawab moral terhadap khalayak.

Organisasi penyiaran mengelola stasiun penyiaran yang di dalamnya terdapat perangkat keras yang dikelola orang-orang tehnik dan perangkat lunak yang dikelola oleh orang-orang untuk program dan keadministrasian/ ketatalaksanaan.

Orang-orang siaran, tehnik dan administrasi bekerjasama diatas landasan saling menghargai, pengertian dan mengingatkan untuk menghasilkan output yang baik dan menarik khalayak. Dalam proses kerjasama ini diperlukan tindakan manajemen yang tepat khususnya bagi dunia penyiaran.

Manajemen penyiaran dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mempengaruhi/ memanfaatkan kepandaian/ ketrampilan orang lain untuk merencanakan, memproduksi, dan menyiarkan siaran dalam usaha tujuan bersama.

Sebagai salah satu produk teknologi informasi, medium televisi beserta peralatan pendukung memerlukan dana relatif besar. Sarana dan prasarana siaran harganya relative mahal. Dengan demikian manusia pengelola juga memerlukan imbalan yang memadai. Pengelola medium televisi lebih tinggi disbanding medium radio karena masalah yang ditanganinya jauh lebih kompleks. Dengan peralatan yang lebih mahal.

Ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan dalam pembuatan program acara televisi:

a. target penonton

ada tiga factor klasifikasi target penonton, yaitu:

1. usia
2. jenis kelamin
3. status

dengan memahami dan mengenal karakter penonton maka acara yang akan dibuat 75%% akan sukses dan mendapat penonton yang banyak. Bahasa naskah harus dikaji sesuai dengan target penonton.

b. format acara

format acara adalah perencanaan dasar dari suatu konsep acara televisi yang akan menjadi landasan kreatifitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai criteria utama yang disesuaikan dengan tujuan target pemirsa tersebut.

Ada tiga bagian dari format acara televisi, yaitu:

1. drama. Adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses imajinasi kreatif dari kisah-kisah drama atau fiksi yang direkayasa dan dikreasi ulang. Format yang digunakan merupakan interpretasi kisah kehidupan yang diwujudkan dalam suatu

runtutan cerita dalam sebuah adegan. Contoh. Drama percintaan, tragedy, horror, legenda, dan aksi

2. non drama. Adalah sebuah format acara televisi yang diproduksi dan diciptakan melalui proses pengolahan imajinasi kreatif dari realitas sehari-hari tanpa harus menginterpretasi ulang dan tanpa harus menjadi dunia khayalan. non Drama. Bukanlah urutan secara fiksi dari setiap pelakunya untuk itu format-format program acara non drama merupakan sebuah runtutan pertunjukan yang mengutamakan unsure hiburan yang dipenuhi aksi, gaya, dan musik. Contoh, talkshow, konser, musik, variety show, reality show.
3. Berita (news) adalah sebuah format program acara televisi yang diproduksi berdasarkan informasi, fakta, kejadian yang berlangsung pada kehidupan masyarakat sehari-hari. Format ini memerlukan nilai kaftual dan actual yang disajikan dengan ketepatan dan kecepatan waktu dimana dibutuhkan sifat liputan yang independent.

c. Punching Line

Adalah kejutan-kejutan dalam dialog naskah yang dimainkan oleh pemain yang sengaja dituliskan untuk menghentak perhatian penonton yang mulai jenuh dan bosan. Macam-macam punshing line yaitu, komedi, celetukan-celetukan, pertanyaan, tangisan, dan ungkapan peribahasa

d. Gimmick dan Funfare

Gimmick adalah trik yang digunakan untuk mendapatkan perhatian penonton dalam bentuk back sound effect, musik ilustrasi, adegan suspense, mimic, ekspresi dan acting pemain, joke (kelucuan), teknik editing dan penggerak kamera. Gimmick bisa berdiri sendiri tanpa harus berkaitan dengan kesinambungan adegan.

Funfare adalah puncak acara yang dimeriahkan dengan kegembiraan, kemewahan, keindahan dan kebersamaan.

e. Clip Hanger

Adalah sebuah scene atau shot yang diambangkan karena adegan terpaksa dihentikan karena commercial break (iklan komersial). Clip Hanger ditempatkan

dalam run down yang tepat.

f. Opening Tune dan Bumper

Opening tune adalah identitas pembuka acara dengan durasi 30 detik. Sedangkan bumper adalah sebagai identitas perantara acara dengan durasi 5 detik. Opening tune dan bumper harus dibuat semenarik mungkin agar tidak membuat kejenuhan penonton. Hal ini disebabkan tune dan bumper yang akan diputar ulang setiap pemutaran dan penonton akan hafal setiap bentuk desain keduanya

g. penataan artistic

dalam hal ini sutradara harus mengupdate setiap informasi tentang gaya tren warna mode arsitektur seni kontemporer, seni rupa dan photography baik dalam maupun luar negeri. Set tata panggung baik, tata cahaya, bahan yang dipakai, kombinasi warna dan bentuk, komposisi, blocking hingga penggunaan font atau tulisan. Dengan mengupdate informasi maka akan memperkaya referensi cakrawala pencarian ide menjadi lebih luas dan acara yang dibuat akan menarik sesuai dengan perkembangan zaman.

h. ritme dan birama acara

dalam hal ini ritme dan birama acara digunakan ketika membaca naskah. Setiap ketuk dan ritme acara mulai awal hingga akhir dihitung. Hal ini untuk mengantisipasi reaksi dan sikap penonton.

i. Logo dan musik track untuk ID tune

Membuat logo acara yang mudah diingat, jangan terlalu sulit. Jangan biarkan pemirsa meraba-raba arti lagu. Dan menciptakan music track (music identitas acara) yang mudah untuk dinikmati.

j. General Rehershal (persiapan)

Hal ini harus dilakukan sedetail mungkin agar tidak terjadi kesalahan yang harus diperhatikan seperti tata lampu, tata suara dan kamera angle, serta pemeran.

k. Interactive Program

Mengembangkan ide-ide yang akan melibatkan partisipasi penonton di rumah. Bila program acaranya adalah siaran langsung maka dapat mengemas dengan kuis interactive (Naratama, 2004: 111-118).

F. Informasi

1. sifat-sifat informasi

Untuk dapat menyajikan informasi yang terpilih maka harus diketahui sifat-sifat informasi. Sifat-sifat informasi adalah sebagai berikut:

- a. informasi yang relevan dan yang tidak relevan.

Yang dimaksud dengan informasi yang relevan adalah informasi yang ada hubungannya atau ada kepentingannya bagi si penerima. Sedangkan informasi yang tidak ada atau sedikit sekali kepentingan bagi si penerima.

- b. informasi yang dapat berguna dan kurang berharga.

Sebagai contoh: informasi tentang kenaikan harga minyak tanah tidak berguna bagi suatu pimpinan kantor Depdikbud. Tetapi ada gunanya baginya sebagai pribadi (kepala keluarga)

- c. Informasi dapat tepat waktunya dapat pula tidak tepat waktunya.

Informasi dapat dikatakan tepat waktunya apabila dapat mencapai si penerima sebelum ia melakukan pengambilan keputusan. Tetapi apabila informasi tersebut terlambat datangnya setelah keputusan diambil, maka informasi tersebut tidak tepat waktunya atau telah basi

- d. informasi dapat valid dan dapat tidak valid

Apabila informasi yang diberikan kepada seseorang merupakan informasi yang keliru, maka informasi tersebut merupakan informasi yang tidak valid. Sebaliknya bila informasi itu benar maka informasi itu adalah valid.

2. Faedah Informasi

Setiap orang dalam setiap saat akan mengambil keputusan untuk mengambil keputusan yang tepat memerlukan informasi yang relevan, berguna, tepat dan benar. Dengan demikian informasi merupakan bahan baku untuk mengambil keputusan. Pengambilan keputusan oleh seseorang tanpa informasi yang relevan, berguna, tepat dan benar berarti seseorang mempertaruhkan dana yang dipercayakan kepadanya. Karena tindakannya secara langsung bersifat untung-untungan, yang kemungkinan suksesnya kecil.

3. Tingkat hubungan dalam penyampaian informasi

Informasi dapat disebut pesan. Pesan terjadi karena ada penyampaian pesan dan penerima pesan. Terjadi informasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dan penerima pesan.

Berbicara tentang terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dengan penerima pesan dapat disebutkan tingkat hubungan yang terjadi dari kedua pihak

- a. tingkat yang paling rendah yang biasa disebut ritual
ubungan ini banyak terjadi dalam bentuk basa basi. Namun hubungan ini berguna dalam melancarkan komunikasi selanjutnya. Informasi yang terjadi seperti: Apa kabar ...? Selamat pagi, selamat malam, terima kasih, assalamualaikum, dan lain sebagainya.
- b. membicarakan orang lain
alam terjadi informasi tidak membuat persetujuan. Semua pembicaraan tidak ada snagkut pautnya dengan dirinya. Dalam hal ini tidak mengharapkan sesuatu dari masing-masing pihak. Informasi yang dikemukakan tentang orang lain tentang apa yang diperbuat dan dikatakan orang diluar diri masing-masing pihak.
- c. Menyatakan gagasan dan pendapat
ada taraf dan tingkat ini sudah diusahakan ikatan dari penyampaian pesan kepada penerima pesan. Penyampaian pesan mengharapkan supaya gagasan dan pendapatnya dapat diterima atau harapan-harapan lain dari gagasan dan pendapat yang dikemukakan. Informasi yang dikemukakan perlu penyesuaian-penyesuaian tertentu bagi penyampai pesan isi pesan dan memperhatikan pada reaksi-reaksi penerima pesan. Pada saat seperti ini memerlukan tehknik berkomunikasi.
- d. taraf dan tingkat perasaan.
dalam taraf ini informasi sudah diikuti dengan suasana rasa hati keterbukaan, keikhlasan hati tanpa pura-pura. Dirasakan betul bahwa pihak penerima informasi sama dengan dirinya. Kesepakatan yang terjadi merupakan kesempatan yang tulus. Semuanya dalam kelegaan, terjadi

tenggang rasa yang asli dalam kegiatan komunikasi. Karl Jasper melukiskan hubungan ini sebagai dua orang yang bergumul dalam cinta kasih. (Widjaja, 1993:30)



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian adalah penyaluran rasa ingin tahu manusia terhadap sesuatu atau masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah, dan mempelajari secara cermat, dan sungguh-sungguh) sehingga diperoleh (sesuatu) seperti mencapai kebenaran, memperoleh jawaban, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya. Penelitian merupakan sarana untuk memahami permasalahan secara ilmiah. Suatu penelitian tentunya harus menggunakan metode yang sesuai dengan pokok-pokok permasalahan yang akan diteliti. Agar memperoleh data yang dikehendaki dan relevan dengan permasalahan yang ada.

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan sarana untuk memahami permasalahan secara ilmiah. Suatu penelitian harus menggunakan metode yang sesuai dengan pokok-pokok permasalahan yang akan diteliti, agar memperoleh data yang dikehendaki dan relevan dengan permasalahan yang ada. Jenis dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali atau membangun suatu proposisi atau menjelaskan makna dibalik realita (Bungin:124).

Menurut Kurt dan Miller sebagaimana dikutip oleh Moleong (2003:3), bahwa “penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan social secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan ruang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.” Selanjutnya Bondan dan Taylor dalam Moleong (2000: 3) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Menurut Suryabrata (1983:18) penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat pencanderaan secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi daerah tertentu.

Dari uraian tersebut diatas, maka alasan penggunaan jenis penelitian ini bahwa peneliti akan berusaha menggambarkan dan mendeskripsikan tentang Peran Media Televisi Lokal terhadap Pembangunan Daerah.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah hal-hal yang dijadikan pusat perhatian dalam melakukan penelitian sehingga memudahkan perolehan dan pengumpulan data di lapangan. Penentuan fokus penelitian ini sangat diperlukan untuk membantu melaksanakan penelitian, karena fokus penelitian yang ditentukan dengan tepat sesuai dengan tujuan dan analisa penelitian sehingga dapat terarah dan menuju sasaran sesuai dengan apa yang diharapkan.

Dalam fokus penelitian dikenal 2 tujuan, yaitu:

1. Penetapan fokus akan membatasi study yang berarti bahwa dengan adanya fokus, penentuan tempat penelitian menjadi lebih layak.
2. Penentuan fokus secara efektif menentukan kriteria inklusi-inklusi untuk menyaring informasi yang masuk (Moleong, 2000:237).

Sesuai dengan penetapan masalah pokok yang hendak diteliti, untuk lebih mendekatkan pada sasaran yang dimaksud, maka ditetapkan fokus penelitian adalah

“Peran dari Malang TV dalam Pembangunan di Kota Malang” yang meliputi:

1. Peran dari siaran Malang TV sebagai media televisi lokal dalam pembangunan.

Dengan fokus kepada:

- a. Peran Malang TV dalam proses komunikasi antara Pemerintah dengan Masyarakat dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan
 - b. Peran Malang TV sebagai media informasi dalam memberikan manfaat bagi masyarakat dalam bidang pendidikan, sosial-budaya, politik dan hukum, serta agama.
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh Malang TV (penyiaran) baik internal maupun eksternal. dengan fokus kepada:

- a. Internal (Pendukung dan Penghambat), yaitu diantaranya Sumber Daya Manusia, Management, dan Sistem Pelayanan pada Masyarakat luas (respon pada masyarakat)
- b. Eksternal (Pendukung dan Penghambat), yaitu diantaranya Respon dari Masyarakat

C. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi penelitian dapat diartikan sebagai keseluruhan ruang dimana fenomena ditangkap. Dalam penelitian ini, sebagai lokasi penelitiannya adalah wilayah Kota Malang dimana stasiun televisi lokal Malang TV (media massa/ informan) berada, serta menyangkut seluruh aspek dan lapisan masyarakat kota

Sedangkan situs penelitian adalah tempat dimana peneliti dapat menangkap keadaan sebenarnya dari objek yang akan diteliti, dimana penelitian dapat berupa data dan informasi yang diperlukan guna mencapai tujuan penelitian. Adapun situs penelitiannya adalah di Stasiun Televisi Malang TV Kota Malang. Dengan pertimbangan bahwa disini peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai peran media televisi lokal terhadap pembangunan daerah.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan asal data diperoleh dan dari sumber tersebut dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang menjadi pusat perhatian peneliti. Penelitian ini dalam perolehan datanya berasal dari dua sumber, yaitu sumber data primer dan data sekunder yang terkait dengan masalah yang diangkat oleh peneliti.

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan dari narasumber yang terkait langsung dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini yang langsung berhubungan dengan peneliti dan mampu memberikan informasi,

yaitu Pimpinan dan kru serta bagian-bagian terkait di Stasiun Televisi Malang TV

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan diperoleh oleh orang selain penulis, meliputi : dokumen, catatan resmi dan laporan serta materi-materi lainnya yang ada relevansinya dengan fokus penelitian yang diteliti. Pada penelitian sekunder ini didapat dari: arsip-arsip atau dokumen-dokumen yang ada di stasiun televisi Malang TV.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dilakukan dengan cara, antara lain :

1. Proses memasuki lokasi penelitian (getting in) yaitu dengan mendatangi lokasi
2. ketika memasuki lokasi (getting along). Kegiatan ini memfokuskan pada pengenalan dan melakukan pendekatan-pendekatan baik secara formal maupun informal antara peneliti dengan pihak terkait
3. Pengumpulan Data (Logging in Data). Kegiatan ini dilakukan melalui tiga cara, antara lain:

a. Wawancara (interview)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh 2 pihak yaitu pewawancara dan yang diwawancarai dengan memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2000:135)

Pengumpulan data dengan metode wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan keterangan tambahan yang diperlukan dalam penelitian sehingga dapat memperjelas data-data yang ada. Dalam hal ini yang menjadi objek wawancara adalah Pimpinan, Kru, karyawan, dan bagian-bagian terkait di Malang TV.

b. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial; dan gejala-gejala psikis dengan jalan pengamatan dan pencatatan (Kartono : 142). Observasi adalah tehnik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap obyek-obyek yang

diteliti. Observasi dalam kegiatan ini digunakan untuk mengamati kegiatan yang dilakukan oleh Kru Malang TV dalam upaya memberikan peran Malang TV dalam pembangunan Daerah. Kegiatan-kegiatan yang diamati adalah Proses komunikasi secara langsung maupun tidak langsung antara pemerintah dengan masyarakat melalui media massa (televisi lokal) Malang TV . Disini yang diamati adalah proses kebijakan program-program yang dapat menyalurkan aspirasi masyarakat serta memaparkan kebijakan pemerintah

c. Dokumentasi (documentation)

Dokumentasi adalah mencatat dan menyalin data-data yang ada dalam dokumen di lokasi penelitian, kemudian mempelajari dan menjalani dokumen yang ada sesuai dengan masalah yang diteliti. Data yang diperoleh adalah data sekunder dan data yang umumnya sudah ada, yaitu seperti arsip-arsip, dokumen-dokumen, atau peraturan-peraturan yang ada di Malang TV.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam menggali data yang diperlukan di dalam penelitian, dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian yang tepat dan sesuai dengan teknik pengumpulan data, sehingga data yang dikumpulkan mempunyai validitas dan reliabilitas yang tinggi.

Moleong (2000:21) mengatakan bahwa :

Dalam penelitian kualitatif, manusia sebagai instrumen penelitian merupakan perencana, pelaksana, pengumpul data, analisis dan penafsir data. Dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya

Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. instrumen penelitian utama

instrumen ini adalah peneliti sendiri yang melakukan pengumpulan data.

Dalam penelitian kualitatif, Moleong (2000:4) mengemukakan bahwa “instrumen penelitian atau alat pengumpul data adalah peneliti sendiri”. Dengan adanya peneliti

sendiri sebagai instrumen penelitian, maka peneliti dapat memahami dan menyesuaikan diri dengan kenyataan-kenyataan yang ada di lapangan.

2. instrumen penelitian penunjang

instrumen penelitian penunjang ini meliputi:

- a. pedoman wawancara (interview guide), yaitu serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang memfokuskan pada permasalahan penelitian yang digunakan sebagai pedoman bagi peneliti dalam melakukan wawancara dengan informan.
- b. Catatan lapangan (field notes). Dipergunakan untuk mencatat hasil wawancara, hasil pengamatan dan pandangan penulis terhadap apa yang dilihat dan didengar melalui wawancara atau observasi tersebut
- c. Alat tulis menulis untuk membantu pencatatan hal-hal penting di lapangan.

G. Analisis Data

Analisis data menurut Moleong (2000:13) merupakan “proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan thema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.”

Menurut Miles dan Humberman (1992:16) mengatakan bahwa analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Yaitu “reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.”

Adapun alur kegiatan dalam analisis kualitatif dijelaskan sebagai berikut:

1. reduksi data

reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan data yang diperoleh di lapangan kemudian direduksi oleh peneliti dengan cara pengkodean dan klasifikasi data dan selanjutnya dilakukan pemilihan terhadap data yang diperoleh. Kemudian dari data itu dipilih mana yang relevan dan mana yang tidak relevan dengan permasalahan

dan fokus penelitian. Reduksi data ini berlanjut terus sesudah penelitian di lapangan sampai laporan akhir secara lengkap tersusun

2. penyajian data (display)

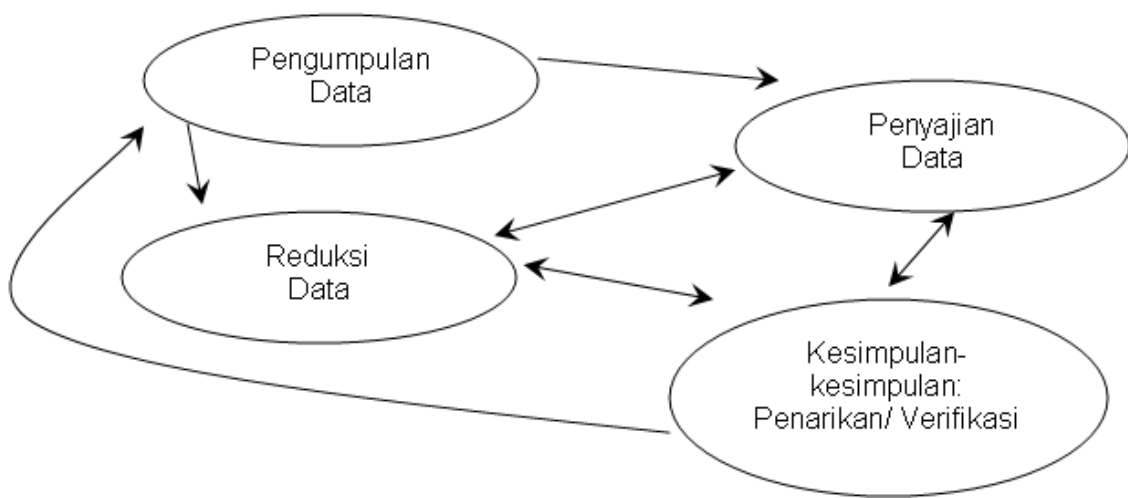
penyajian data dimaksudkan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian data, kita dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan bagi peneliti melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data penelitian, sehingga dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan tabel-tabel, gambar, dan bentuk teks naratif atau kumpulan kalimat.

3. penarikan kesimpulan (verifikasi)

penarikan kesimpulan merupakan suatu kegiatan dari konfigurasi yang utuh selama penelitian berlangsung. Dari hasil data yang dikumpulkan dan dianalisis itu dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan.

Dengan melihat bagan diatas dari ketiga hal tersebut yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan sesuatu yang jalin-menjalin pada saat, sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar, untuk membangun wawasan umum yang disebut “analisis”. Dalam pandangan ini tiga jenis kegiatan analisis dan kegiatan pengumpulan data itu sendiri merupakan proses siklus dan interaktif. Peneliti harus siap bergerak diantara empat “sumbu” kumparan itu selama pengumpulan data, selanjutnya bergerak bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi selama sisa waktu penelitian.

Gambar 2
MODEL INTERAKTIF ANALISIS DATA



Sumber: Matthew B. Miles dan Michael A. Hubberman, Metode Penelitian
Kualitatif

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Malang

a. Keadaan Alam dan Potensi Fisik

Kota Malang, adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini berada di dataran tinggi yang cukup sejuk, terletak 90 km sebelah selatan Kota Surabaya, dan wilayahnya dikelilingi oleh Kabupaten Malang. Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur, dan dikenal dengan julukan *kota pelajar*.

Seperti halnya kebanyakan kota-kota lain di Indonesia pada umumnya, Kota Malang tumbuh dan berkembang setelah hadirnya pemerintah kolonial Hindia Belanda. Pada tahun 1879, di kota Malang mulai beroperasi kereta api dan sejak itu kota Malang berkembang dengan pesatnya. Berbagai kebutuhan masyarakat pun semakin meningkat terutama akan ruang gerak melakukan berbagai kegiatan. Akibatnya terjadilah perubahan tata guna tanah, daerah yang terbangun bermunculan tanpa terkendali. Perubahan fungsi lahan mengalami perubahan sangat pesat, seperti dari fungsi pertanian menjadi perumahan dan industri.

Sejalan perkembangan tersebut di atas, urbanisasi terus berlangsung dan kebutuhan masyarakat akan perumahan meningkat di luar kemampuan pemerintah, sementara tingkat ekonomi urbanis sangat terbatas, yang selanjutnya akan berakibat timbulnya perumahan-perumahan liar yang pada umumnya berkembang di sekitar daerah perdagangan, di sepanjang jalur hijau, sekitar sungai, rel kereta api dan lahan-lahan yang dianggap tidak bertuan. Selang beberapa lama kemudian daerah itu menjadi perkampungan, dan degradasi kualitas lingkungan hidup mulai terjadi dengan segala dampak bawaannya. Gejala-gejala itu cenderung terus meningkat, dan sulit dibayangkan apa yang terjadi seandainya masalah itu diabaikan.

Letak Geografis

Terletak pada ketinggian antara 440 - 667 meter diatas permukaan air laut.

112,06° - 112,07° Bujur Timur dan 7,06° - 8,02° Lintang Selatan, dengan dikelilingi gunung-gunung :

- Gunung Arjuno di sebelah Utara
- Gunung Semeru di sebelah Timur
- Gunung Kawi dan Panderman di sebelah Barat
- Gunung Kelud di sebelah Selatan

Iklim

Kondisi iklim Kota Malang selama tahun 2006 tercatat rata-rata suhu udara berkisar antara 22,2°C - 24,5°C. Sedangkan suhu maksimum mencapai 32,3°C dan suhu minimum 17,8°C . Rata kelembaban udara berkisar 74% - 82%. dengan kelembaban maksimum 97% dan minimum mencapai 37%. Seperti umumnya daerah lain di Indonesia, Kota Malang mengikuti perubahan putaran 2 iklim, musim hujan, dan musim kemarau. Dari hasil pengamatan Stasiun Klimatologi Karangploso Curah hujan yang relatif tinggi terjadi pada bulan Januari, Pebruari, Maret, April, dan Desember. Sedangkan pada bulan Juni, Agustus, dan Nopember curah hujan relatif rendah.

b. Keadaan Sosial dan Budaya

Etnik Masyarakat Malang terkenal religius, dinamis, suka bekerja keras, lugas dan bangga dengan identitasnya sebagai Arek Malang (AREMA). Komposisi penduduk asli berasal dari berbagai etnik (terutama suku Jawa, Madura, sebagian kecil keturunan Arab dan Cina)

Agama

Masyarakat Malang sebagian besar adalah pemeluk Islam kemudian Kristen, Katolik dan sebagian kecil Hindu dan Budha. Umat beragama di Kota Malang terkenal rukun dan saling bekerja sama dalam memajukan Kotanya. Bangunan tempat ibadah banyak yang telah berdiri semenjak jaman kolonial antara lain Masjid Jami (Masjid Agung), Gereja (Alun2, Kayutangan dan Ijen) serta Klenteng di Kota Lama. Malang juga menjadi pusat pendidikan keagamaan

dengan banyaknya Pesantren dan Seminari Alkitab yang sudah terkenal di seluruh Nusantara

Seni Budaya

Kekayaan etnik dan budaya yang dimiliki Kota Malang berpengaruh terhadap kesenian tradisional yang ada. Salah satunya yang terkenal adalah Tari Topeng, namun kini semakin terkikis oleh kesenian modern. Gaya kesenian ini adalah wujud pertemuan gaya kesenian Jawa Tengahan (Solo, Yogya), Jawa Timur-Selatan (Ponorogo, Tulungagung, Blitar) dan gaya kesenian Blambangan (Pasuruan, Probolinggo, Situbondo, Banyuwangi). Untuk mengetahui lebih jauh tentang daerah2 lain disekitar Kota Malang silahkan kunjungi : Daerah Sekitar Kota Malang

Bahasa

Bahasa Jawa dialek Jawa Timuran dan bahasa Madura adalah bahasa sehari-hari masyarakat Malang. Dikalangan generasi muda berlaku dialek khas Malang yang disebut 'boso walikan' yaitu cara pengucapan kata secara terbalik, contohnya : seperti Malang menjadi Ngalam. Gaya bahasa di Malang terkenal kaku tanpa unggah-ungguh sebagaimana bahasa Jawa kasar umumnya. Hal menunjukkan sikap masyarakatnya yang tegas, lugas dan tidak mengenal basa-basi

Pendatang

Kebanyakan pendatang adalah pedagang, pekerja dan pelajar / mahasiswa yang tidak menetap dan dalam kurun waktu tertentu kembali ke daerah asalnya. Sebagian besar berasal dari wilayah disekitar Kota Malang untuk golongan pedagang dan pekerja. Sedang untuk golongan pelajar / mahasiswa banyak yang berasal dari luar daerah (terutama wilayah Indonesia Timur) seperti Bali, Nusa Tenggara, Timor Timur, Irian Jaya, Maluku, Sulawesi dan Kalimantan.

Pendidikan

Malang juga dikenal sebagai *Kota Pendidikan*, karena memiliki sejumlah perguruan tinggi ternama. Perguruan tinggi negeri termasuk Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang (d/h IKIP Malang), Universitas Islam Negeri Malang, Akademi Penyuluh Pertanian (APP), Politeknik Negeri Malang

(Poltekma), Politeknik Kesehatan Malang, serta terdapat cabang Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (STAN). Beberapa perguruan tinggi swasta terkemuka diantaranya: Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Merdeka, Universitas Gajayana, Universitas Islam Malang, Universitas Kanjuruhan, Universitas Wisnu Wardhana, STIE Malangucecwara, Universitas Widyagama, Institut Teknologi Nasional, STIBA Malang, dan lain sebagainya. Sebagai kota pendidikan, banyak mahasiswa berasal dari luar Malang yang kemudian menetap di Malang, terutama dari wilayah Indonesia Timur seperti Bali, Nusa Tenggara, Sulawesi, Kalimantan, Maluku, dan Papua. Selain perguruan tinggi, ada beberapa sekolah menengah swasta yang cukup dikenal di tanah air, seperti SMUK Kolese Santo Yusup, SMUK Santa Maria, dan SMAK st. Albertus (Dempo).

Pariwisata

Kota Malang sejak masa kolonial dikenal sebagai tempat peristirahatan dan tujuan wisata bangsa Eropa terutama dari Negeri Belanda. Iklim tropis pegunungan yang sejuk dan kaya pemandangan indah serta lingkungan yang alami dikelilingi oleh perkebunan, pegunungan, sungai dan taman menjadikan Kota Malang dikenal sebagai Paris Van East Java dan Switzerland of Indonesia. Kota Malang juga merupakan pusat pertemuan beragam etnik, agama, kepercayaan dan budaya khas Jawa Timur yaitu Jawa Tengahan, Jawa Kulonan, Jawa Wetanan (Blambangan), Pesisir Lor dan Kidul, Madura, Osing (Jawa - Bali) dan Mandalungan (Madura - Jawa) sehingga memiliki keunikan serta daya tarik tersendiri.

c. Visi dan Misi

Pemerintah Kota Malang dalam pelaksanaan pembangunan berpedoman pada PROPEDA dimana di dalamnya termuat Visi Kota Malang, yaitu :

**"TERWUJUDNYA KOTA MALANG YANG MANDIRI, BERBUDAYA,
SEJAHTERA DAN BERWAWASAN LINGKUNGAN"**

d. Tri Bina Citra

Dalam salah satu Sidang Paripurna Gotong Royong Kotapraja Malang pada tahun 1962 ditetapkan Kota Malang sebagai :

1. Kota Pelajar / Kota Pendidikan
2. Kota Industri
3. Kota Pariwisata

Ketiga pokok tersebut menjadi cinta-cita masyarakat Kota Malang yang harus di bina. Oleh karena itu kemudian di sebut **TRIBINA CITA KOTA MALANG**

Kota Malang sebagai Kota Pendidikan,

Merupakan potensi daerah yang memiliki nilai jual dan daya saing baik di tingkat regional maupun nasional. Dalam era globalisasi dunia pendidikan menghadapi berbagai tantangan dalam menghadapi perubahan yaitu dengan adanya tuntutan masyarakat memperoleh fasilitas pendidikan yang baik dan berkualitas. Upaya yang dilaksanakan adalah dengan menciptakan visi dan misi pendidikan Kota Malang, menjalin mitra dengan lembaga perguruan tinggi baik dalam bidang pengkajian, pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi maupun dalam pengembangan kualitas Kota Malang pada umumnya.

Kota Malang Sebagai Kota Industri

Kota Malang sejak dulu sangat dikenal dengan industri rokok kreteknya. Diversifikasi produk industri kecil dan menengah yang mulai bangkit sejak berlangsungnya krisis ekonomi, masih memerlukan bimbingan dalam hal peningkatan mutu, teknis dan penanam modal untuk mempercepat pemulihan pembangunan ekonomi yang berbasis pada ekonomi kerakyatan, serta untuk perkembangannya di masa mendatang. Sedangkan industri besar yang ada di Kota Malang masih perlu adanya wahana untuk diperkenalkan secara luas, sehingga semakin mendukung produktivitas Kota Malang sebagai Kota Industri.

Kota Malang Sebagai Kota Pariwisata

Dengan potensi alam yang dimiliki oleh Kota Malang, yaitu pemandangan alam yang elok serta hawa yang sejuk, teduh dan asri serta bangunan-bangunan kuno

peninggalan Belanda, Kota Malang layak menjadi tujuan wisata bagi wisatawan dalam maupun luar negeri. Di era otonomi daerah dan era globalisasi saat ini upaya pembangunan di segala bidang yang telah dilaksanakan merupakan sebuah langkah awal peningkatan citra, posisi dan peran Kota Malang dalam percaturan hubungan antar Kota, antar Propinsi, maupun antar Bangsa. Sekaligus merupakan sebuah peluang dan harapan yang bisa memberi manfaat bagi masyarakat Kota Malang sendiri

2. Sekilas Tentang Malang TV

a. Sejarah Malang TV

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa masyarakat sangat membutuhkan informasi baik melalui media elektronik maupun media massa. Salah satu contoh media elektronik adalah televisi. Di Malang ini sudah mulai adanya televisi lokal yang rnuncul, salah satu contohnya adalah Malang TV.

Pada awalnya Malang TV bukanlah berdiri dari sebuah bentuk jadi perusahaan yang bergerak di bidang media audio visual. Dilihat dari sejarah panjangnya, Malang TV berasal dari sebuah stasiun radio KDS 8 FM (Kharisma Dian Suara 8 PM) yang dibangun pada tahun 1971 dengan beralamat di jalan Raya Langsep Barat Kavling 30 Malang.

Seiring dengan makin herkembangnya area cakupan mitra kerja stasiun radio, maka pemilik KDS 8 FM mengembangkannya menjadi sebuah perusahaan Production House (PH) tanpa meninggalkan dunia stasiun radio tersebut.

Dengan terbentuknya Production House (PH), semakin bertambah luas pula lingkup kerja baru yang harus ditangani, antara lain pembuatan iklan. Penanganan pembuatan iklan tersebut tidak hanya menuntut iklan audio semata, tetapi perusahaan juga dituntut untuk dapat menyajikan iklan *audio visual* juga. Melihat semakin menggeliatnya bisnis periklanan yang secara tidak langsung menyambung tali kemitraan antara production house dengan marketing - marketing perusahaan pemesan iklan.

Pengalaman kerja team work dalam proses pembuatan iklan mempunyai kemiripan dalam proses produksi acara televisi. Misalnya, desain produksi, casting, take gambar, *dubbing*, *editing*, dan hasil produksi. Pengalaman kerja team work yang makin terasah dalam menangani proyek-proyek pembuatan iklan audio visual tersebut membuat pemilik *production house* makin yakin dalam menapaki dunia baru media komunikasi audio visual, yakni mendirikan sebuah stasiun televisi local dengan karyawan awal 10 orang.

Gambar 3
Logo Malang TV



Sumber: Internal - HRD Malang TV

Terealisasinya pendirian stasiun televisi lokal tersebut melahirkan nama: "**MALANG TV**". Malang TV resmi menjadi pemancar televisi pada bulan Januari 2004 yang didasarkan pada upaya untuk memberikan informasi, pendidikan, dan hiburan kepada warga Malang Raya. Dalam proses terbentuknya Malang TV tidak dapat dikatakan tanpa ada kendala sama sekali. Hal itu bisa dipahami mengingat berdirinya Malang TV bagi sebagian besar tenaga kerjanya merupakan pengalaman baru. Kendala yang dihadapi antara lain: kurangnya koordinasi manajemen, masih rancunya struktur manajemen perusahaan, belum jeiasnya *job description*, *minimnya* peralatan, kualitas SDM yang masih kurang , keterbatasan tenaga lainnya dan proses perijinan.

Selama beberapa bulan, Malang TV hanya bisa mengudara dengan menampilkan tulisan diam (gambar .still) di layar dan disertai dengan suara musik pengiring. Meski **launching** sudah dimulai Januari 2004, sampai bulan Juni 2004 Malang TV masih dalam tahap uji coba. Kesiapan Malang TV untuk menyuguhkan acara bagi pemirsanya baru dimulai September 2004 yang disiarkan selama bulan puasa yaitu acara kerohanian agama Islam, **Mutiara Kehidupan**. Kemudian disusul dengan program Sarindut yang sangat diminati hingga sekarang. Selain itu juga menyajikan informasi - informasi terhangat seputar Malang Raya yang terangkum dalam **Lintas Berita Malang TV**. Penambahan program acarapun terus diupayakan, bahkan acara Live juga ini sesuai dengan motto Malang TV , yaitu **"Dari warga Malang untuk warga Malang"**.

Dalam usahanya untuk mensosialisasikan motto tersebut, Malang TV sebagai lembaga kepenyiaran swasta dalam menata programnya lebih mensupport kegiatan warga Malang Raya.

Kelebihan media lokal adalah kedekatan media dengan pemirsa. Dan juga ditayangkan untuk warga Malang dengan bentuk kerjasama yang baik antara pihak Malang TV dengan warga Malang Raya.

Untuk mengangkat segala potensi yang berada di Malang Raya, menjadikan Malang TV berbeda dengan stasiun-stasiun televisi lokal di kota Malang. Hingga sekarang jumlah karyawan Malang TV kurang lebih 60 orang. Di Malang TV itu sendiri terdapat tiga divisi, yaitu :

1. Divisi program reguler
2. Divisi program musik
3. Divisi **news/** berita

Dari TV lokal inilah masyarakat Malang dapat lebih mengenal dan mengetahui kota Malang secara keseluruhan, tanpa terkecuali desa-desa terpencil. Adapun status pemirsa yang dituju oleh Malang TV, meliputi:

1. Dunia Pendidikan: yaitu pelajar SMP, SMU, dan juga Perguruan Tinggi yang ada di Malang Raya
2. Masyarakat Umum: yaitu semua warga Malang

b. Lokasi Studio Malang TV

Berawal dengan satu studio yang berada di jalan Raya Langsep Kavling 29 Kelurahan Pisang Candi, Kecamatan Sukun, Malang TV juga mempunyai studio besar yang berada di Jl. Pandan Landung 38A Bandulan Malang. Dan kini, mulai tanggal 15 Februari 2007 Malang TV resmi pindah ke jalan Puncak Joyo Agung dusun Genting kelurahan Merjosari kecamatan Lowokwaru Malang dengan nomor Telp. 0341-550088. Dengan menempati lokasi baru, diharapkan lebih meratakan penerimaan penyiaran Malang TV, di seluruh wilayah Malang Raya. Hal ini merupakan satu kemajuan yang dicapai Malang TV.

c. Motto Malang TV

Malang TV adalah salah satu televisi lokal yang ada di Malang, semua program acara dibuat dengan melibatkan warga Malang Raya dan ditayangkan bagi warga Malang Raya. Sesuai dengan slogan Malang TV *"Dari warga Malang untuk warga Malang"*. Semua acara disajikan khusus untuk mengangkat potensi- potensi lokal yang berada di Malang Raya, maka Malang TV berbeda dengan televisi lokal yang ada di Malang.

d. Profil Malang TV

Nama : Malang TV
Alamat : Jl. Puncak Joyo Agung Dusun Genting Kel Merjosari Kc.
Lowokwaru Malang
Telp : 0341-550088
Fax : 0341-563380
Channel : 50 UHF
Ciri Khas : Semua program dibuat melibatkan warga Malang, dan ditayangkan Untuk warga Malang
Slogan : Dari Warga Malang Untuk Warga Malang
Format Siaran : Hiburan dan Informasi

Jangkauan : Malang Raya (Malang Kota dan Kabupaten)

Sts Pemirsa : Karyawan, Ibu Rumah Tangga, dan Pelajar

Penduduk : + 3 juta Jiwa

Sos. Ekonomi : A (Rp. 1.250.000-Rp. 1.750.000) = 20%

: B (Rp. 600.000-Rp. 1.250.000) = 70%

: C (Rp. 400.000-Rp. 600.000) = 10%

Jenis Kelamin : Pria = 40 %

: Wanita = 60%

Usia : Kurang 20 tahun = 5%

: 20-29 tahun = 30%

: 30-39 tahun = 40%

: 40-49 tahun = 20%

: 50 tahun = 5%

Pendidikan : SLTP = 30%

: SMA = 50%

: Sarjana = 20 %

e. Bidang Usaha Perusahaan

Malang TV merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pertelevisian yang di dalamnya juga terdapat kegiatan periklanan. Dan dalam usahanya untuk memproduksi acara yang akan di tayangkan melalui sebuah media televisi maka secara otomatis jasa iklan akan sangat berpengaruh. Dan periklanan akan lebih efektif jika saat promosi pelaksanaannya di rmedia visual, oleh karena itu perusahaan televisi sangat erat berkaitan dengan usaha periklanan.

Status Ekonomi Pemirsa:

Tabel 1

Tabel Status Ekonomi Pemirsa

Kelompok Usia	KODYA	KABUPATEN	BATU	TOTAL
19 tahun kebawah	34%	36%	33%	35%
20-29 tahun	25%	18%	20%	20%
30-39 tahun	15%	16%	18%	16%
40-49 tahun	11%	12%	13%	12%
50 tahun keatas	14%	18%	17%	17%

Sumber: Internal - HRD Malang TV

F. Program Malang TV

Malang TV memiliki beragam program yang menjangkau beragam genre dan tingkatan usia para penontonnya di Malang TV (terlampir)

Program yang diunggulkan oleh Malang TV dengan siaran menggunakan Channel 50 UHF yaitu program hiburan dan informasi. Dengan rincian program acara yang diunggulkan sebagai berikut :

Gambar 4

Program-Program Unggulan Malang TV



SARINDUT



MUTIARA KEHIDUPAN



PANGGUNG WARGA MALANG



BINTANG MALANG RAYA



SOKER



LENSA BUDAYA



Sumber: Internal – HRD Malang TV

Tabel 2
Daftar Program Acara Unggulan Malang TV

Program Acara	Sinopsis
Sarindut	Lawakan segar yang diselingi lagu-lagu campursari dan dangdut
Malang TV Nonggo	Acara obrolan seputar aktivitas sehari-hari warga Malang
Lintas Berita	Serangkaian informasi kegiatan yang dilakukan warga Malang
Warung Anda	Informasi warung-warung di Malang Raya serta masakannya
Lensa Budaya	Mengangkat kesenian dan budaya Malang
Panggung Warga Malang	Menyajikan moment bahagia (pernikahan, khitan) yang diadakan oleh warga Malang
Mutiara Kehidupan	Ceramah agama Islam
Top Memory	Menampilkan lagu-lagu memory nostalgia mancanegara
Film Lepas	Film-film mandarin dan mancanegara
Serial Asia	Film seri Mandarin dan Korea
Serial Mancanegara	Film seri Telenovela dan India
Just For Laugh	Komedi situasi dan spontan
Fauna dan Alam	Film Dokumenter tentang Fauna dan Alam
Kartun Ceria	Film-film kartun pilihan
Lebih Dekat Lebih Hangat	Wawancara dengan artis terkenal atau figure/ tokoh kota Malang
Bintang Malang Raya	Acara kreatifitas musisi Malang dalam bermusik. Terbagi atas beberapa genre musik. Diantaranya: oldies, keroncong, dangdut, indie, nostalgia, campursari, indo baru, manca baru, dan mandarin
Soker	Siaran tunda pertandingan sepakbola Arema atau Persema Malang
VH1	Dunia musik VH1 menampilkan lagu-lagu mancanegara dan Indonesia Pilihan

Sumber: Internal - HRD Malang TV

g. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

Struktur Organisasi adalah rangkaian dasar yang menunjukkan secara jelas fungsi dan tugas masing-masing bagian dalam satu kesatuan yang utuh. Dan adapun struktur organisasi pada Malang TV yaitu tertera pada lampiran. Adapun fungsi dan tugas dari masing-masing bagian yaitu :

1. Penanggung Jawab Administrasi dan Keuangan

Tugasnya yaitu melakukan kegiatan tata usaha. Adapun fungsinya yaitu:

- a. Melaksanakan urusan kepegawaian.
- b. Melaksanakan urusan keuangan, kebendaharaan, dan pembukuan serta juga usaha dan jasa
- c. Melaksanakan urusan pengadaan, penyimpanan, penyaluran, inventarisasi barang, kendaraan dan angkutan serta pemeliharaan, perbaikan sarana gedung dan lingkungan.

2. Penanggung Jawab Produksi Kreatifitas dan Penyiaran

Bertanggung jawab pada proses perencanaan penyiaran berdasarkan pada acara dan daftar isian kegiatan yang telah ditetapkan. Fungsinya yaitu adalah :

- a. Mengumpulkan bahan perencanaan, dan penilaian bahan siaran beserta laporan.
- b. Melaksanakan teknik artistik produksi acara dan pelaksanaan penyiaran.
- c. Melaksanakan pelaksanaan dan fasilitas untuk produksi siaran.

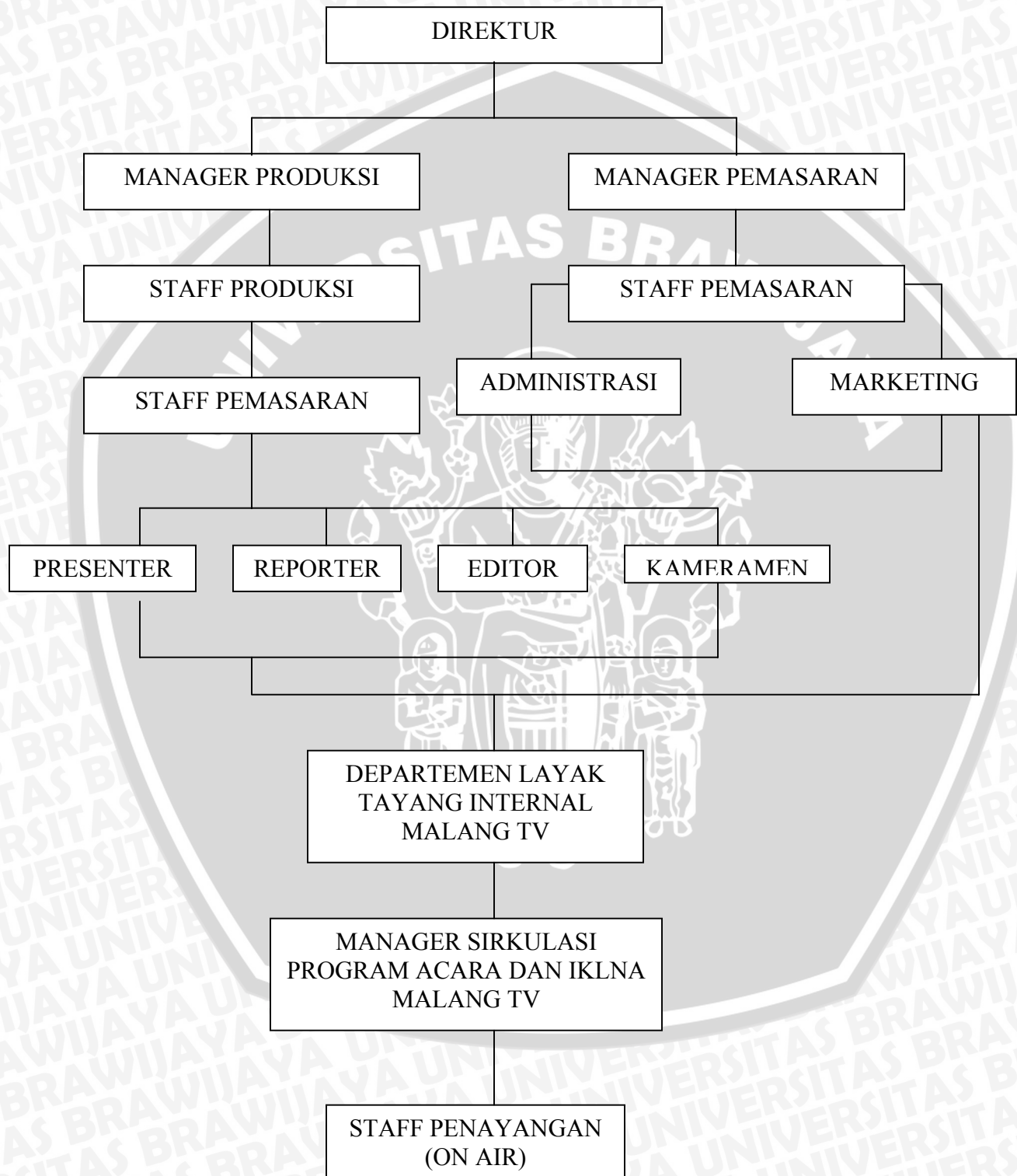
3. Penanggung Jawab Berita dan Infotainment

Adapun tugasnya yaitu adalah melaksanakan pelaksanaan materi siaran dan peliputan berita, reportase, penerangan, dan siaran berita dan juga acara infotainment.

Adapun fungsinya yaitu :

- a. Menyiarkan materi siaran, peliputan dan materi berita.

Gambar 5
Struktur Organisasi Malang TV



Sumber : Internal – HRD Malang TV

- b. Menyiapkan rencana materi siaran, produksi acara, reportase, penerangan pada siaran acara infotainment dan juga pelaksanaan produksi.

4. Penanggung Jawab Teknik

Adapun tugasnya yaitu bertanggung jawab atas pengoperasian, perawatan, perbaikan peralatan teknik di studio maupun diluar studio serta juga untuk produksi acara dan penyiaran, dan fungsinya yaitu :

- a. Melaksanakan perawatan dan persiapan pengoperasian peralatan teknik baik di dalam maupun di luar studio.
- b. Melaksanakan perbaikan pada peralatan teknik.
- c. Melaksanakan kegiatan pengoperasian pada peralatan teknik.

5. Penanggung Jawab Transmisi

Bertugas melakukan pengoperasian, perawatan, dan perbaikan pemancar serta juga melakukan koordinasi pengoperasian satuan-satuan pada transmisi yang berada di wilayah Malang. Adapun fungsinya yaitu :

- a. Mengoperasiakan pamancar dan microwave.
- b. memaritau kelayakan operasi pada pemancar dan mikrowave juga perawatan dan perbaikannya.

6. Penanggung Jawab Pemasaran dan Program

Adapun tugasnya yaitu bertanggung jawab melakukan pemasaran acara-acara yang akan ditawarkan dan melakukan perencanaan tentang program-program yang akan ditayangkan, sehingga dapat mendapat pemasukan dari dipasanganya iklan serta juga merencanakan programprogram yang akan ditayangkan.

h. Job Description

1. Direktur

Direktur adalah salah satu pemilik saham yang bertanggung jawab menjalin hubungan kerjasama dengan instansi atau organisasi yang terkait dengan perusahaan.

2. Pimpinan

Pimpinan adalah orang yang bertanggung jawab penuh terhadap siaran yang ditayangkan dan mengendalikan seluruh kegiatan operasional perusahaan, dan memberikan ide-ide baru seputar program acara Malang TV serta bertanggung jawab sepenuhnya terhadap pengawasan sernua inventaris perusahaan.

3. Manager Produksi

Manager Produksi adalah orang yang bertanggung jawab dalam mengontrol dan mengatur semua kegiatan produksi yang dilakukan.

4. Manager Pemasaran

Manager Pemasaran adalah orang yang bertanggung jawab mengatur dan memberikan izin terhadap semua urusan promosi.

5. Staff Produksi

Staf Produksi adalah orang-orang yang bertugas menangani kegiatan-kegiatan produksi.

6. Staff Pemasaran

Staff Pemasaran merupakan orang-orang yang bertugas melaksanakan sernua hal yang berkaitan dengan pemasaran yang telah diatur oleh manager pemasaran.

7. Produser Acara

Produser acara merupakan orang yang bertanggung jawab untuk mengatur dan mengawasi lancarnya suatu program acara.

8. Presenter

Presenter adalah orang yang diberikan tugas menyampaikan berita/informasi dan membawakan suatu acara dengan penbuasaan teknik yang baik, sehingga terlihat dan terdengar menarik.

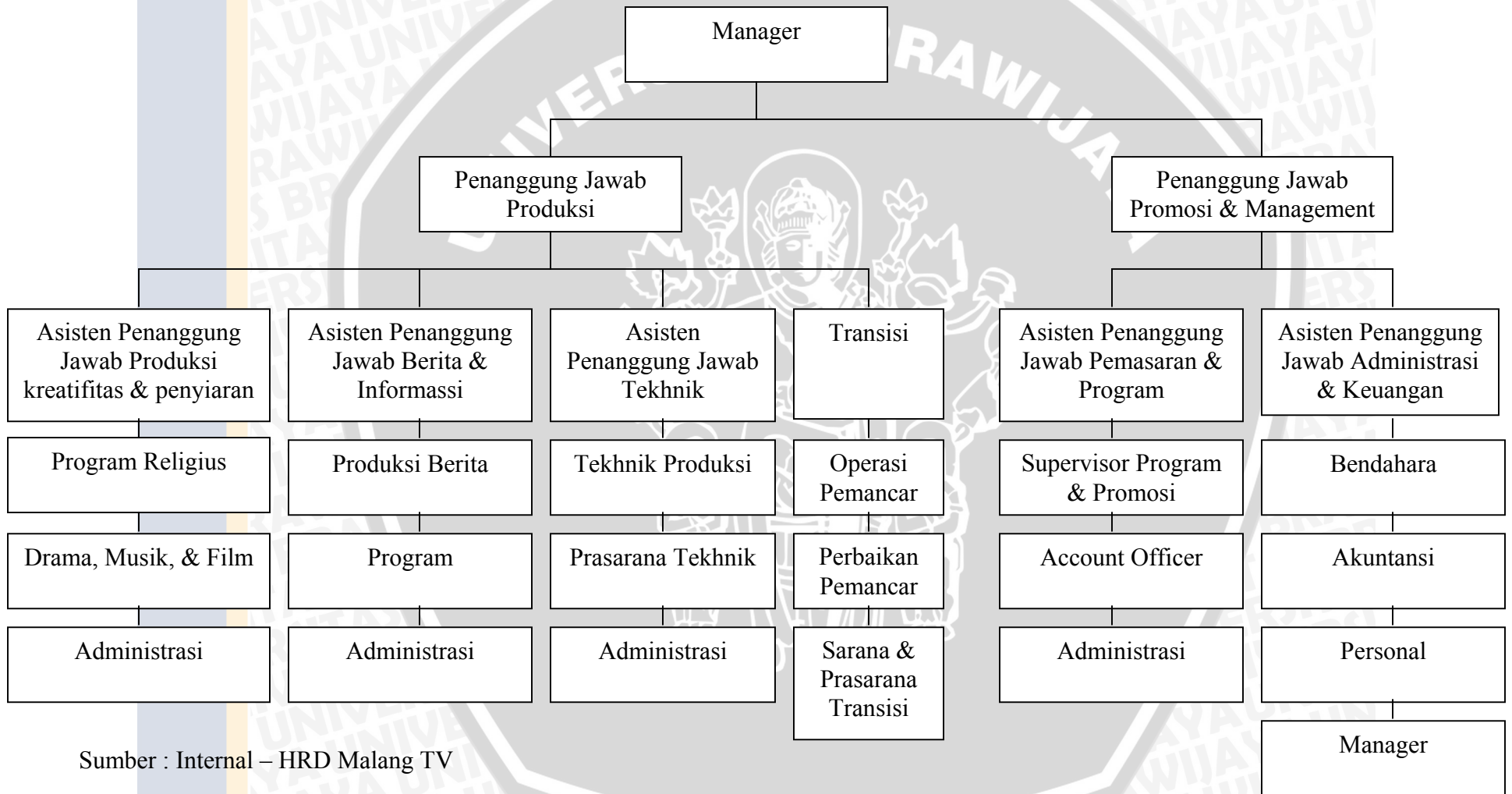
9. Reporter

Reporter adalah orang yang bertugas mencari dan menyampaikan berita yang terjadi secara langsung dari tempat kejadian/lapangan.

10. Editor

Editor merupakan orang yang diberikan tanggung jawab untuk mengedit atau mengatur semua gambar yang telah diambil oleh kameramen di

Gambar 6
Job Description Malang TV



Sumber : Internal – HRD Malang TV

lapangm maupun dari studio. Selain itu juga mengatur pengolahan audio visual agar penayangan mendapatkan hasil yang maksimal.

11. Kameramen

Kameramen adalah orang yang bertugas mengambil gambar suatu acara atau kejadian langsung dilapangan dengan bekal teknik-teknik yang telah dikuasai, agar mendapatkan teknik yang maksimal pada saat penayangan.

12. Administrasi

Administrasi adalah orang yang diberi tanggung jawab dalam mengurus surat menyurat dan mengatur serta menjadwalkan surat-surat yang masuk kepada team liputan dan produksi luar.

13. Marketing

Marketing adalah orang yang diberikan tangguang jawab memperkenalkan dan mempromosikan suatu perusahaan serta menangani periklanan.

14. Departemen Layak Tayang Malang TV

Departemen ini bertanggung jawab menyeleksi layak atau tidaknya suatu program acara ataupun iklan untuk ditayangkan.

15. Manager Sirkulasi Program Acara dan iklan

Manager sirkulasi program acara dan iklan adalah orang yang dipercay a mengatur jadwal acara atau pergantian acara dan iklan yang akan ditayangkan.

16. Staff Penayangan

Staff penayangan adalah bagian yang sangat penting dalam mengontrol jalannya semua acara mulai dari pukul 06.00 WIB sampai dengan 24.00 WIB, yang memiliki pembagian ketja pagi dan sore, untuk memaksimalkan pekerjaan para karyawan.

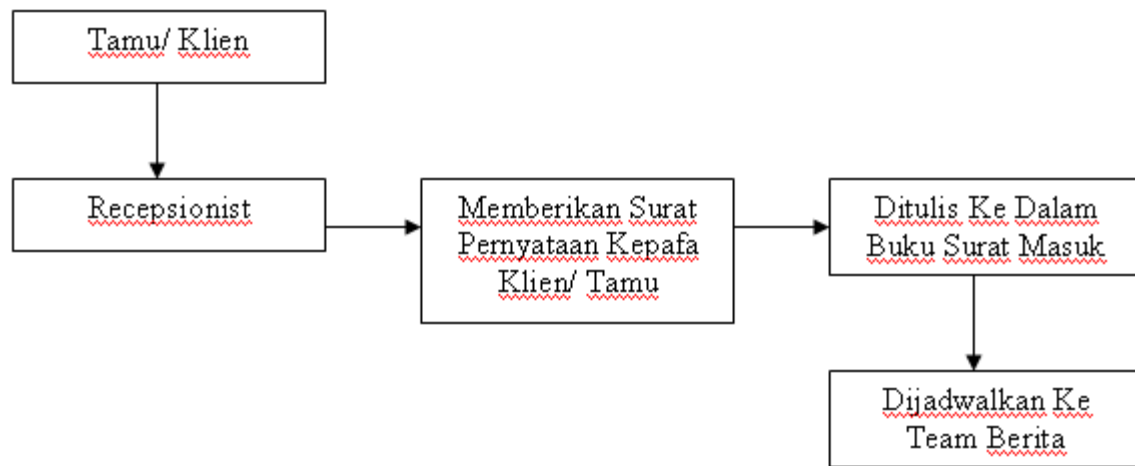
i. Prosedur Peliputan dan Proses Produksi

Dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa permohonan peliputan oleh klien atau warga biasanya dating langsung ke kantor untuk menyerahkan surat permohonan peiputan dan diterima oleh receptionist. Setelah itu receptionist

memberikan surat kepada tamu/ klien yang isinya berupa permintaan maaf jika sewaktu-waktu tim liputan lapangan tidak bisa meliput acara yang diminta klien untuk meliput, karena keterbatasan team. Contoh surat pernyataan terdapat pada lampiran. Setelah itu receptionist menulis ke dalam buku surat masuk, kemudian dijadwalkan langsung ke team berita. Permohonan peliputan dapat juga dilakukan via telepon, sehingga lebih praktis dan ekonomis untuk pemohon

Gambar 7

Prosedur Permintaan Peliputan oleh Tamu/ Klien



Sumber: Internal – HRD Malang TV

Proses produksi pada Malang TV secara umum terbagi menjadi 2 jenis produksi dan kami tunjukkan melalui susunan bagan produksi yaitu sebagai berikut : Produksi suatu program acara dilakukan oleh Malang TV untuk memenuhi format penayangan yang telah ditetapkan sedangkan produksi iklan itu lebih diujukan untuk memenuhi anggaran finansial pada perusahaan disamping itu juga sebagai program acara tambahan dalam *broadcasting*. Dan dalam proses produksi

repository.ub.ac

Malang TV hanya mengangkat 4 program acara secara global seperti yang ada pada bagan diatas.

Contoh acara adalah hasil kerjasama dengan Global TV yaitu VH1.

Kemudian setelah hasil dari *encode* ataupun *capture* tersebut yang sudah berupa file AVI masuk pada proses *editing* yaitu proses mengolah data yang telah berbentuk AVI tersebut, dan kenapa file tersebut diubah menjadi file *dengan* format AVI karena format tersebut akan sangat berguna untuk memudahkan seorang *editor* untuk mengolah lebih lanjut dengan aplikasiapikasi apapun.

Dan proses terakhir dalam proses *editing* yaitu *rendering movie*, *rendering movie* adalah proses pembentukan bagian-bagian dari film-film yang telah disusun tersebut dan juga telah dilengkapi dengan efek-efek transisi ataupun efek-efek suara sehingga menjadi rangkaian film yang sempurna dan layak untuk ditonton.

3. Data Fokus Penelitian

a. Siaran Televisi Lokal dan Fungsi Komunikasi Pembangunan

Proses pembangunan yang dilaksanakan bersama-sama secara berdampingan antara pemerintah dengan masyarakat akan berjalan dengan lancar dengan adanya komunikasi yang baik. Komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia dalam kaitannya dengan hubungan antar manusia. Agar komunikasi dapat berjalan dengan baik, pesan yang merupakan signal perangsang bagi seorang penerima, harus dikirim dan diterima. Pesan-pesan tersebut dapat berupa hal-hal yang dapat didengar, dilihat, dirasakan, dan sebagainya.

Dalam penyampaian informasi sarana dan prasarana seringkali kita perlukan. Televisi merupakan salah satu mediator yang efisien dalam menyampaikan informasi. Televisi juga memiliki sisi efektif dalam memberikan gambaran mengenai fenomena yang sedang terjadi di sekitar masyarakat.

Secara khusus kehadiran televisi local seperti halnya Malang TV memiliki peran yang kuat dalam proses penyampaian kebutuhan-kebutuhan masyarakat di daerah seperti informasi, selain kehadirannya adalah sebagai bentuk nyata dari spirit otonomi

daerah. Lahirnya televisi lokal adalah juga menjadi bentuk usaha untuk memenuhi hak asasi manusia setiap orang yang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala saluran.

Prinsip desentralisasi juga berlaku bagi media penyiaran televisi. Hal ini adalah sebagai spirit otonomi daerah yang bermartabat dimana membutuhkan media penyiaran televisi lokal. Berkat UU No. 32/2002 tentang Penyiaran sebagai payung bagi eksistensi televisi lokal swasta, investasi bisnis di dunia pertelevisian daerah turut berkembang, dengan titik unggul kemampuan membaca dan mengkomunikasikan kebutuhan masyarakat setempat.

Ihwal kehadiran keberadaan televisi lokal di Indonesia termasuk Malang TV, disampaikan oleh Bapak Sapto pimpinan Malang TV:

“reformasi yang muncul di era pemerintahan juga menuntut adanya reformasi di dunia media. Hal ini juga ditandai dengan adanya era demokrasi yang semakin terbuka di kalangan masyarakat. Undang-undang no.24 tahun 1997 tentang penyiaran pada era orde baru, dirasa masih terlalu kaku pada saat era reformasi. Terdapat pembatasan-pembatasan dari pusat. Di era orde baru sensor dan control media memang sangat ketat. Hal ini menjadikan banyak media yang akhirnya tidak berani terbuka menyajikan fenomena yang ada. Atau banyak sekali kasus pengebirian atau pengekangan terhadap media yang berani terbuka. Namun di era 1998, era reformasi menumbangkan orde baru yang otoriter. Semangat otonomi daerah yang muncul juga memunculkan semangat media local yang mewarnai RUU tentang penyiaran. Era desentralisasi yang anti terhadap sentralisme penyiaran menuntut lahirnya media televisi local. Awalnya Malang TV juga hadir sebagai tuntutan atau kebutuhan masyarakat terhadap informasi-informasi di daerah Malang. Selain itu kami juga mewadahi beragam potensi dan sebagai mediator antara pemerintah kepada masyarakat atau sebaliknya. Namun, karena sistemnya sendiri belum terlalu terarah maka system yang digunakan saat ini adalah system berjaringan. Dimana televisi local di suatu daerah bekerja sama dengan TV berjaringan. Misalnya ada stasiun TV local yang content utama siarannya adalah 4 jam dan sisanya 20 jam adalah tayangan dari TV berjaringan. Dan hingga saat ini, jika ingin memperlebakan jangkauan siaran, maka harus bekerja sama dengan jaringan-jaringan local lainnya.”(Bapak Sapto Pratolo, 13 Maret 2008, pukul 09.30 WIB)

Bapak Sapto menguraikan penjelasannya tentang awal lahirnya televisi local sebagai bentuk media komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. hal utama yang menjadi alasan berdirinya stasiun televisi local adalah semangat otonomi daerah.

Televisi Lokal yang hadir dengan spirit otonomi daerah, sangat di rasakan dampak kehadirannya sebagai warna baru dunia penyiaran tanah air. Berbagai daerah selama ini di sadari kurang optimal diangkat dalam wujud audio visual. Sehingga kehadiran televisi lokal, menjadi solusi penting untuk hal tersebut. Dibungkus dengan kemasan lokal yang kental, televisi lokal selalu berupaya mempersembahkan yang terbaik bagi masyarakat. Meskipun program-program Malang TV merupakan ide dari pendekatan terhadap kebutuhan masyarakat Malang, namun pada tahap selanjutnya masih harus disesuaikan dengan sisi komersial. Disini maksudnya adalah melalui tahap perumusan konsep yang matang agar sebuah acara dapat tercipta dengan baik. Sebab tidak dapat dipungkiri bahwa sebagai televisi local swasta, Malang TV juga hidup dari pemasukan iklan.

Mengenai content acara di Malang TV, bapak Sapto Pratolo kembali menjelaskan:

“Malang TV hadir dengan visi dan misi yang mengusung moto Dari warga malang Untuk warga Malang. Artinya dengan moto tersebut, kami berusaha untuk konsisten menghadirkan beragam acara dan informasi untuk masyarakat yang sebisa mungkin contentnya juga melibatkan masyarakat. Hal ini juga yang menjadikan televisi local memiliki kelebihan yang mungkin tidak dimiliki televisi nasional, yaitu sisi lain atau kedekatan dengan masyarakat (proximity). Untuk itulah selain Lintas Berita Malang aya, kami juga memiliki beragam acara unggulan yang memiliki kedekatan dengan masyarakat seperti Sarindut, Bintang Malang Raya, Malang TV nonggo, Warung Anda, dan sebagainya. Semuanya melibatkan warga Malang Asli. Selain memberikan informasi kami juga memberikan contoh yang patut untuk ditiru. Mulai dari prestasi pelajar, sampai contoh usaha. Selain itu program inti seperti News dan pembahasan persoalan perkotaan yang sedang hits juga menjadi keunggulan dari Malang TV. Program yang dibuat kami usahakan sangat dekat dengan masyarakat. karena itulah semua kami lakukan semata-mata untuk memuskan masyarakat. meskipun begitu semua juga harus kami konsep dengan baik. Kami juga berusaha menarik iklan sebagai pemasukan.” (Bapak Sapto Pratolo, 13 Maret 2008, pukul 09.37 WIB)

Dari hasil wawancara ini dapat diketahui bahwa Program-program yang dibuat oleh Malang TV memang secara tidak langsung menjadi wadah komunikasi secara umumnya antara pihak televisi dengan masyarakat. Malang TV sebagai televisi local warga Malang ingin senantiasa mendekatkan diri dengan masyarakat. hal ini dapat dilihat dari banyaknya program acara yang memiliki content kemasyarakatan. Moto Dari Warga Malang Untuk Warga Malang ingin selalu diaplikasikan dalam setiap

acaranya. Paket tayangan yang bermaterikan sosial, budaya, pariwisata, ekonomi, dan unsur kedaerahan lainnya tentunya menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat Malang, demi optimalisasi pembangunan setempat. Termasuk diantaranya harapan atas peluang pembukaan lapangan pekerjaan baru bagi daerah. Dengan memperhatikan fenomena-fenomena yang ada di masyarakat, Malang TV juga menjadi jembatan bagi pemerintah dalam proses pembuatan kebijakan.

Seluruh program yang dibuat dirancang dengan melihat fenomena yang ada di masyarakat. Hal ini juga memberikan manfaat kepada masyarakat. Meski secara education tidak tergambar secara gamblang, namun dalam setiap program Malang TV berusaha memberikan wadah positif bagi warganya. Misalnya seperti acara Bintang Malang Raya, dimana acara ini merupakan program musik band yang menjadi wadah atau media bagi para insane musik. Atau juga bibit-bibit baru di dunia musik di kota Malang yang ingin menyalurkan hoby dan bakatnya. Acara ini melalui proses audisi dan penyaringan yang ketat dengan persyaratan-persyaratan dan tentu saja standart. Sebab, meski hanya stasiun televisi local, Malang TV juga ingin memberikan program yang bukan sembarangan.

Mengenai Program-program yang dimiliki oleh Malang TV, pada dasarnya konsep awalnya di cetuskan oleh pemilik perusahaan. Namun, seiring dengan perkembangannya selalu disesuaikan dengan kondisi masyarakat. Jadi terdapat keseimbangan antara unsure idealisme untuk masyarakat, juga unsure komersil (penjualan).

Program-program Malang TV diharapkan dapat menjadi media pembentukan sikap bagi masyarakat untuk hal-hal yang positif. Membangun cara pikir yang baik dan kritis dalam menghadapi masalah-masalah yang ada di masyarakat. Program News (Berita) yang ada di Malang TV memberikan gambaran bahwa Malang TV sebagai stasiun televisi local ingin selalu memberikan kabar-kabar terbaru serta menangkap fenomena-fenomena yang sedang berkembang di masyarakat untuk kemudian disajikan kepada masyarakat lainnya. Hal ini sangat penting dijaga, karena banyak orang menganggap bahwa berita yang ditayangkan oleh stasiun televisi

swasta nasional kadang sudah mencakup banyak hal. Padahal justru kebanyakan hal-hal kecil disekitar kita banyak yang tidak tersampaikan. Melalui News (berita), Malang TV juga menjadi media bagi pemerintah untuk menyampaikan atau mensosialisasikan kebijakan-kebijakan yang dibuat.

Sebagai media komunikasi pembangunan, Malang TV memiliki beragam acara unggulan yang diharapkan mampu memberikan informasi dan gambaran mengenai kegiatan dan fenomena yang terjadi di sekitar Malang Raya. Malang TV berusaha menjadi media komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. dengan cara mewadahi sosialisasi bentuk program atau kebijakan yang dibuat oleh pemerintah kepada masyarakat. selain itu melalui acara Dialog Interaktif, Pemerintah juga dapat berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat. dengan demikian terjadi kesinambungan atau sinergi yang baik. Pemerintah dapat mensosialisasikan beragam program yang dibuatnya, selain juga dapat mengetahui fenomena yang terjadi di masyarakat sebagai masukan dalam pembuatan kebijakan. Sedangkan masyarakat dapat langsung memberikan kritik atau saran terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah. dan mengetahui hasil-hasil pembangunan.

Mengenai tayangan Malang TV dan kaitannya dengan fungsi komunikasi pembangunan, Bapak Sapto Pratolo kembali menguraikan pendapatnya :

“Lintas Berita Malang Raya adalah acara berita yang merupakan unggulan dari Malang TV. Tidak dapat dipungkiri acara berita merupakan tayangan unggulan bagi televisi terutama televisi local seperti kami. Karena memiliki peran yang penting bagi pembangunan daerah. Kami bisa menginformasikan hasil-hasil pembangunan kepada masyarakat. selain itu juga warga jadi tahu fenomena-fenomena kejadian yang sedang ada di masyarakat. penonton kami ada di kota dan kabupaten. Selain itu ada acara Dialog Interaktif yang biasanya membahas satu tema fenomena atau kebijakan pemerintah yang mengundang nara sumbernya langsung ke studio. Acaranya live dan masyarakat dapat berdialog secara interaktif melalui telepon ke studio. Meski bukan acara rutin karena ditayangkan pada even tertentu atau keberadaan kebijakan baru, namun acara ini sangat bermanfaat bagi pembangunan daerah. Kami mengangkat tema dan mengundang narasumbernya langsung, misalnya seperti pihak PLN atau dinas pertamanan. Bisa juga actor pemerintahan. Thema yang dibuat bisa inisiatif tim atau juga masukan dari luar. Biasanya seseorang atau si narasumber sendiri menghongi Malag TV dan memberikan masukan terhadap satu tema. Kemudian kami bahas dengan kru lalu kami buat.

Acara Religi juga menjadi unggulan kami”(Bapak Sapto Pratolo, 13 Maret 2008, pukul 09.54 WIB)

dari wawancara diatas dapat diketahui bahwa berita merupakan tayangan yang berpengaruh pada masyarakat dalam kaitannya dengan peran televisi dalam pembangunan daerah. Berita menginformasikan hasil-hasil pembangunan, mensosialisasikan bentuk kebijakan dan program pemerintah, selain juga menayangkan kejadian di sekitar Malang Raya. Selain itu acara Dialog Interaktif juga bermanfaat bagi masyarakat maupun pemerintah. Bagi pemerintah dapat dengan langsung berhubungan dengan masyarakat dalam memberikan sosialisasi-sosialisasi mengenai program serta kebijakannya. Sementara bagi masyarakat dapat memberikan masukan secara langsung. Sedangkan acara religi seperti Mutiara Kehidupan dapat memberikan kontribusi dalam membangun moral masyarakat.

Selain itu Malang TV juga menayangkan liputan-liputan even di seputar Malang Raya. Seperti Liputan mengenai Pemilu atau Kegiatan Pemilihan Kakang dan Mbakyu Kota Malang yang tentunya bermanfaat bagi pembangunan daerah.

Karena bersifat swasta, proses produksi di Malang TV disesuaikan dengan tema acara yang dibuat. Acara peliputan yang bersifat komersil akan dikenakan charge atau biaya pengganti produksi. Sedangkan untuk acara-acara social atau non komersil tidak dikenakan biaya sama sekali. Pemerintah juga memberikan support kepada Malang TV sebagai feedback atas kerjasama sebagai televisi local. Malang TV selalu menayangkan melalui running text pengumuman pemerintah kepada masyarakat.

Media Televisi Lokal seperti halnya Malang TV merupakan saluran atau media yang penting dalam komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Televisi Lokal memainkan peran dalam mengkomunikasikan ide-ide pembangunan maupun kebijakan-kebijakan sebagai mana yang menjadi tugas pemerintah. Ia juga memiliki peranan-peranan lain seperti mendidik dan mempengaruhi masyarakat dengan tayangan-tayangan yang berkualitas, menangkap fenomena-fenomena di sekitar daerah Malang dan menampung aspirasi masyarakat untuk kemudian menjadi acuan pemerintah dalam proses pembuatan kebijakan. Selain itu juga memberikan informasi mengenai kejadian di sekitar warga kota Malang kepada masyarakat lainnya. Posisi ini dengan sendirinya menuntut Malang TV

menyelenggarakan peran dan fungsinya secara partisipatif dengan mengakomodasi dan menyalurkan aspirasi masyarakat dalam suatu proses pembangunan.

b. Peran Pembangunan Malang TV

Pembangunan sendiri merupakan proses pembaharuan yang terus menerus dari suatu keadaan yang dianggap lebih baik. Di negara-negara baru berkembang usaha pembaharuan ini umumnya dilakukan dengan peranan pemerintah yang aktif dan dengan usaha secara berencana. Pembangunan yang meliputi segala segi kehidupan politik, ekonomi, dan sosial budaya itu baru akan berhasil jika melibatkan partisipasi dari seluruh rakyat.

Kondisi diatas sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh pimpinan Malang TV Sapto Pratolo:

"Komunikasi pembangunan tidak hanya berarti kemampuan untuk menetapkan strategi pembangunan yang baik, kemudian memperinci dalam rencana-rencana dan menterjemahkannya dalam kegiatan nyata yang efektif dalam pelaksanaan pemerintah, tetapi juga diharapkan mampu menimbulkan respon dan kerja sama seluruh rakyat (seluruh ini tentunya relatif) dalam proses pembangunan tersebut" (Sapto Pratolo, 13 Maret 2008, pukul 10.24 WIB)

Dari pernyataan diatas tersebut komunikasi pembangunan juga berperan untuk melibatkan masyarakat luas, sesuai dengan arah kebijaksanaan yang ditetapkan didalam proses pembangunan. Oleh karena itu dalam hal ini terdapat empat aspek penting peran Malang TV dalam rangka partisipasi pembangunan yaitu:

1. Memunculkan keterlibatan dan keikutsertaan rakyat sesuai dengan mekanisme proses politik dalam suatu negara untuk turut menentukan arah, strategi dan kebijaksanaan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah. Dalam masyarakat yang demokratis maka arah dan tujuan pembangunan hendaknya mencerminkan kepentingan masyarakat. Cermin dari kepentingan masyarakat ini dilakukan melalui partisipasi rakyat didalam keterlibatan politik. Meski demikian, terdapat batasan-batasan tertentu. Keterlibatan politik seringkali lebih memberikan pada kepentingan politik golongan masyarakat, dan bukan kepentingan pembangunan seluruh masyarakat.

2. Meningkatkan Kemampuan untuk merumuskan tujuan-tujuan dan cara-cara dalam merencanakan tujuan itu dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu pada umumnya pemerintah perlu memberikan pengarahannya mengenai tujuan dan cara-cara pencapaian tujuan pembangunan. Dalam partisipasi pembangunan perlu dikembangkan kemampuan-kemampuan masyarakat untuk mendukung proses pembangunan. Hal ini disebabkan karena proses pembangunan sering kali memerlukan pembaharuan orientasi, nilai-nilai, sikap-sikap maupun struktur kelembagaan didalam masyarakat.

3. Partisipasi masyarakat dalam kegiatan-kegiatan nyata yang konsisten dengan arah, strategi, dan rencana yang telah ditentukan.

Contoh nyata yang bisa dilihat dari peran ini di Malang TV adalah ketika pemerintah Kota Malang menggalakkan program penghijauan atau penanaman kembali pohon (reboisasi) untuk menanggulangi banjir karena menipisnya hutan di kota Malang. Atas inisiatif sendiri (pihak Malang TV) dan tanpa diakomodasi oleh pemerintah, Malang TV memberikan sosialisasi tentang pentingnya reboisasi. Selain itu juga digalakkan di beberapa program untuk memberikan informasi mengenai reboisasi. Juga pada acara Dialog Interaktif juga membahasnya. Antusias warga yang cukup baik dapat dilihat pada acara penanaman pohon yang dilakukan di Hutan Kota Malabar. Program ini tentu menjadi agenda pemerintah dalam hubungannya dengan pembangunan kota Malang. Beberapa kasus banjir yang akhir-akhir ini juga banyak terjadi di kota Malang jugadiakibatkan oleh sedikitnya jumlah pepohonan dan kurangnya lahan hijau sebagai penyerap air. Selain itu minimnya pepohonan juga menjadikan kota Malang semakin panas.

4. Pada perumusan dan pelaksanaan program-program partisipatif dalam pembangunan yang berencana. Program-program ini pada suatu tingkat tertentu memberikan kesempatan secara langsung kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam rencana yang menyangkut kesejahteraan mereka, dan juga secara langsung melaksanakan sendiri serta memetik hasil program tersebut. Program-program partisipatif ini misalnya adalah program perbaikan hidup pada tingkat lokal tertentu, pembangunan masyarakat desa, program kredit

pengusaha menengah, usaha pengembangan pertanian melalui pengusahaan tanah yang tidak besar.

Selain partisipasi merupakan salah satu unsur dalam pembangunan, partisipasi juga dijadikan landasan bagi pembangunan politik dan pembangunan bangsa (nation building). Dibeberapa negara tertentu, dikembangkan program-program partisipatif antara golongan masyarakat dalam bentuk asosiasi penduduk yang dimaksudkan untuk menumbuhkan solidaritas nasional, perasaan identitas nasional dan pengembangan iklim kerja yang baik dalam suatu masyarakat majemuk.

Disatu pihak, partisipasi penting bagi pembangunan dan bahkan menjadi satu tujuan pembangunan itu sendiri. Yakni terlibatnya, tergeraknya seluruh masyarakat dalam suatu proses pembangunan berencana sesuai dengan arah dan strategi yang telah ditetapkan melalui suatu bentuk partisipasi dalam sistem politik. Dilain pihak proses pembangunan itu sendiri diharapkan akan menimbulkan perluasan partisipasi.

Misalnya dengan pembangunan dihapkan terjadi perluasan kesempatan kerja. Dan dengan adanya kesempatan itu, kesediaan dan kemampuan bekerja anggota masyarakat didalamnya, adalah bentuk partisipasi yang paling dasar. Sebagai kebijaksanaan dan rencana yang dilaksanakan oleh pemerintah diharapkan pula memberikan perluasan kegiatan disektor masyarakat luas. Dengan demikian pembangunan dapat diarahkan kepada perluasan partisipasi.

Tiga hal penting lainnya mendapat perhatian komunikasi pembangunan dalam rangka partisipasi tersebut.

1. Masalah kepemimpinan

Unsur pertama dari proses pengendalian usaha dalam pembangunan ditentukan oleh keberadaan kepemimpinan yang berkualitas. Peranan pemimpin nasional dan kepemimpinan politik suatu bangsa sangat menentukan. Bahkan seringkali menjadi penentu utama dari tingkat kemampuan proses pembangunan terselenggara. Ia yang mempunyai atau menerima gagasan pembaruan dan pembangunan. Dan berkomunikasi melalui

otoritasnya untuk meyakinkan kemudian untuk menterjemahkan dalam pengendalian usaha yang menyeluruh demi terselenggaranya proses pembangunan tersebut. Meski demikian agar proses pembangunan berjalan secara terus menerus dan menjadi kekuatan yang berkembang didalam masyarakat itu sendiri, maka dibutuhkan banyak pembinaan dalam segi kepemimpinan. Di bidang administrasi negara, serta organisasi-organisasi yang terkait dengannya. Diperlukan pemimpin formil, yaitu adanya pemimpin-pemimpin yang mendapatkan legalitas dari kekuasaan formil (pemerintah). Kepemimpinan formil adalah kepemimpinan karena posisi dan kekuasaan legalnya. Tetapi ada juga kebutuhan akan peranan kepemimpinan karena kepribadian daya tarik persuasinya.

2. Komunikasi

Segi lain yang mendapat perhatian pembangunan untuk lebih terdapatnya partisipasi, adalah komunikasi. Gagasan-gagasan, kebijaksanaan dan rencana hanya akan mendapat dukungan bila diketahui dan kemudian dimengerti. Bahwa hal-hal tersebut mencerminkan sebagian atau seluruh kepentingan dan aspirasi masyarakat (kelompok masyarakat). Kemudian diterima dengan pengertian oleh masyarakat, bahwa hasil dari kebijaksanaan rencana itu akan bermanfaat bagi masyarakat. Komunikasi bukan hanya penerangan, meski penerangan merupakan suatu hal yang penting. Tetapi penerangan menumbuhkan suatu iklim pengertian aspirasi dan kepentingan berbagai kelompok masyarakat dan pengembangan kepada tujuan-tujuan yang bersifat pembangunan secara nasional.

Dari wawancara yang dilakukan dengan pimpinan Malang TV Sapto Pratolo mengemukakan pendapat sebagai berikut:

"Bahwa supaya masyarakat dapat terlibat dalam suatu sistem dan dalam pencapaian tujuan-tujuan pembangunan, hendaklah administrasi pemerintahan menjangkau golongan masyarakat yang paling jauh dan yang paling perlu bagi berhasilnya usaha-usaha pembangunan. Hal ini memerlukan penerangan dan penyebaran pengetahuan (informasi) tentang usaha-usaha pembangunan tersebut. Penerangan tersebut diharapkan menimbulkan kepercayaan, dan kemudian dinyatakan dalam kegiatan-kegiatan nyata. Komunikasi bertujuan untuk mengembangkan suatu iklim yang mengurangi suatu tekanan dan konflik didalam masyarakat. Selain itu komunikasi juga

dimanfaatkan untuk menumbuhkan berbagai perubahan-perubahan nilai dan sikap yang inheren didalam proses pembaharuan dan pembangunan tanpa menimbulkan tekanan, frustasi dan friksi”(Sapto Pratolo, 13 Maret 2008, pukul 10.30 WIB)

Dengan uraian tersebut, maka komunikasi tidak hanya dari atas, melainkan harus bersifat timbal balik (dua arah). Komunikasi erat hubungannya dengan kepemimpinan di dalam suatu masyarakat. Salah satu unsur kepemimpinan yang penting adalah komunikasi, dan dalam pengembangan komunikasi diperlukan peranan pemimpin-pemimpin yang dapat menjembatani komunikasi timbal balik.

3. Pendidikan

Masalah lainnya yang mendapat perhatian dalam rangka partisipasi pembangun adalah pendidikan. Tingkat pendidikan yang memadai akan memberikan kesadaran yang lebih tinggi dalam berwarga negara, dan memudahkan bagi pengembangan identifikasi terhadap tujuan-tujuan pembangunan yang bersifat nasional. Bahkan pendidikan memberikan prasyarat kemampuan untuk memperbaiki kualitas hidup seseorang dan disertai dengan pengembangan nilai-nilai dan sikap-sikap, kualitas hidup sebagai bangsa. Kesadaran dan kemampuan untuk tumbuh sendiri dari masyarakat tergantung sekali pada tersedianya dan kualitas pendidikan. Kecuali itu tingkat pendidikan juga berarti tingkat kemampuan masyarakat untuk menyelenggarakan pembangunan. Didalam suatu proses yang berkembang secara dinamis, maka penyediaan dan kualitas pendidikan juga harus berkembang secara dinamis. Dan penyediaan kualitas pendidikan juga harus harus berkembang sedemikian rupa untuk mendukung proses itu sendiri. Sistem dan penyelenggaraan pendidikan perlu diorientasikan bagi kepentingan pembaharuan dan pembangunan.

1. Pelaksanaan Kegiatan Malang TV

Pelaksanaan kegiatan siaran Malang TV terkait dengan hubungannya sebagai stasiun televisi lokal dan perannya dalam pembangunan mengemban misi antara lain:

1. Mendukung terwujudnya kerjasama antar masyarakat dan menjalin persatuan-dan kesatuan diantara warga masyarakat
2. Meningkatkan kesadaran masyarakat, berbangsa dan bernegara yang demokratis dan berkeadilan serta menjunjung tinggi supremasi hukum dan HAM
3. Ikut mencerdaskan kehidupan bangsa dan mendorong terwujudnya masyarakat yang informatif
4. Memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan kepada semua lapisan masyarakat.
5. Mendorong warga untuk berpikir kritis dan cerdas, serta bertindak secara sportif.
6. Membantu mengembangkan potensi warga terutama yang masih muda
7. Ikut membantu menciptakan kondisi warga yang bermartabat, kesetiakawanan sosial, serta berbudi luhur sesuai dengan ajaran agama
8. Mengembangkan jati diri dan budaya bangsa
9. Melaksanakan control sosial
10. Mewujudkan otonomi daerah yang baik dan bermartabat

Usaha dan kegiatan siaran Malang TV meliputi:

1. Peningkatan acara penyuluhan hukum, pendidikan, keagamaan, sosial budaya, dan informasi pembangunan.
2. Peningkatan kualitas penyelenggaraan interaktif program
3. Pemantauan koordinasi kerja sama antara Malang TV dengan media lain baik cetak maupun elektronik. Baik lokal maupun nasional
4. Peningkatan dan pengembangan acara unggulan
5. Penataan pola penyiaran dan penanaman segmentasi penonton
6. Peningkatan acara program atau informasi yang mempertebal rasa persatuan dan kesatuan

7. Peningkatan tertib dan kualitas laporan penyiaran
8. Peningkatan promosi siaran
9. Peningkatan kerja sama dengan pemerintah maupun masyarakat.
10. Peningkatan liputan siaran langsung dalam berbagai even.
11. Keaktualisasi siaran Malang TV sebagai media massa

Secara umum kegiatan-kegiatan tersebut teraktualisasikan dan terefleksikan ke dalam program-program acara di Malang TV. Meski tidak semuanya terkonseptual secara gamblang atau gamblang dalam program-program. Namun bisa dilihat dari durasi tiap jenis acara sebagai berikut :

2. Upaya Pembangunan Masyarakat Melalui Siaran Malang TV

Kegiatan-kegiatan yang diagendakan oleh Malang TV untuk meningkatkan partisipasi masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Proses penyadaran masyarakat

Kegiatan ini ditujukan sebagai proses penyadaran bagi masyarakat terutama tentang keberadaannya sebagai warga kota atau warga Negara. Penekanannya lebih pada masalah hak dan kewajiban mereka dalam berbagai kegiatan politik. Kampanye ini dilakukan melalui tayangan in house seperti Dialog Interaktif dan Lintas Berita

2. Media Komunikasi

Kegiatan ini ditujukan untuk mengembangkan kapasitas masyarakat, warga negara dalam mengelola informasi, dari, oleh dan untuk mereka. Diharapkan warga mampu secara terus menerus menyebarkan dan sekaligus memperoleh informasi yang berkaitan dengan peranannya dalam penyelenggaraan urusan publik.

3. Media Komunikasi Antar Warga

Kegiatan ini merupakan upaya mempertemukan Stakeholder kota dalam berbagai forum ternasuk juga dalam program siaran dialog interaktif.

Secara khusus kegiatan ditujukan agar menjadi suatu komunikasi yang kontinyu antara warga dan masyarakat.

4. Media Pembelajaran dan Pengembangan Potensi Bagi Masyarakat (Peningkatan mutu SDM)

kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pembelajaran bagi warga masyarakat untuk dapat berpikir secara cerdas dan kritis. Selain itu warga juga mendapatkan pengetahuan mengenai pendidikan, politik, dan sosial budaya. Serta kegiatan-kegiatan keagamaan yang menambah khasanah religi dan memupuk moral yang baik. Semua tercover dalam program-program yang diharapkan mampu diminati oleh masyarakat

5. Promosi kegiatan pelayanan publik yang dikelola dengan melibatkan masyarakat

6. *Community based monitoring* untuk program-program pembangunan kota. Kegiatan ini ditujukan untuk menjadi forum bagi operasionalisasi partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan dengan melibatkannya dalam monitoring kegiatan pembangunan di wilayahnya masing-masing seperti deprogram JPS maupun program pembangunan lainnya.

7. Menjalin mitra kerja dengan para pakar-pakar berkompeten dalam memberikan *advocacy* pada masyarakat.

Keterlibatan masyarakat berusaha untuk terus menerus diperluas dan ditingkatkan dalam menyelenggarakan urusan publik hingga kini masih menjadi agenda yang harus diperjuangkan.

8. Ikut serta secara aktif dalam mensosialisasikan model-model dialog warga yang dilaksanakan secara partisipatif melalui pemberian dan pembuatan program-program siaran.

Pendidikan berbasisan masyarakat (*community based education*) adalah bahwa masyarakat yang menentukan kebijakan serta ikut berpartisipasi didalam menanggung beban pendidikan, bersama seluruh masyarakat setempat, tentang pendidikan yang bermutu yang mesti diselenggarakan. Dalam pengertian ini, masyarakat tidak semestinya tidak

hanya menyerahkan seluruh masalah pembelajaran atau pendidikan kepada sekolah semata-mata, tetapi ikut memikirkan serta bertanggung jawab bersama kalangan pendidikan anak-anak mereka. Dengan demikian, diharapkan akan tercipta hubungan yang harmonis diantara pendidikan di rumah dan pendidikan di sekolah serta pendidikan di luar sekolah, dalam hal ini pembelajaran dan pendidikan yang diselenggarakan oleh Malang TV melalui layanan informasi yang disebarluaskan kepada masyarakat.

c. Efektifitas Siaran Malang TV Dalam Meningkatkan Partisipasi Pada Proses Pembangunan.

Efektifitas menunjukkan taraf tercapainya suatu tujuan. Suatu tujuan dikatakan efektif apabila usaha tersebut mencapai tujuannya. Secara ideal efektifitas dapat dinyatakan dengan ukuran-ukuran yang pasti.

Malang TV dalam siarannya mencoba memberikan manfaat bagi masyarakat. Stasiun televisi lokal ini merupakan salah satu mediator informasi yang dimiliki oleh pemerintah guna menyebarluaskan informasi, memberi pemahaman, dan memberikan pengetahuan dalam proses penyadaran masyarakat disamping juga sebagai sarana hiburan bagi masyarakat. Melalui program acaranya, diharapkan mampu untuk mencapai efektifitasnya. Sejauh ini masyarakat memiliki alasan yang berbeda-beda, demikian juga dengan factor yang mendorong mendengarkan siaran tersebut. Berikut adalah table hasil dari survey mengenai hal tersebut diatas. Yaitu:

Untuk mengetahui keberadaan pesawat televisi di rumah responden, berikut disajikan data table 3 tentang eksistensi pesawat televisi di rumah informan

Table 3
Eksistensi Pesawat Televisi di Rumah Informan

No	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Ada	20	100
2	Tidak ada	-	-
	Total	20	100

Sumber : Data Primer diolah, 2008

Dari data diatas dapat dilihat bahwa seluruh informan atau 100 persen mempunyai pesawat televisi di rumah.

Untuk mengukur tingkat efektifitas pesawat televisi sebagai sarana penyebarluasan informasi dan sarana hiburan, yang harus dilakukan adalah mengetahui tingkat informan dalam menyaksikan Malang TV.

Untuk mengetahui data tersebut, berikut ini disajikan table 4 tentang intensitas informan dalam menyaksikan Malang TV

Tabel 4
Intensitas Informan Dalam Menyaksikan Televisi

No	Intensitas Dalam Menyaksikan Televisi	Jumlah (orang)	%
1	Sering	10	50
2	Kadang-kadang	9	40
3	Tidak pernah	1	10
	Total	20	100

Sumber : Data Primer diolah, 2008

Dari data table diatas dapat diketahui, bahwa 10 informan sering menyaksikan Malang TV. 9 Orang informan kadang-kadang menyaksikan Malang TV, dan 1 orang tidak pernah menyaksikan Malang TV.

a. Dalam Bidang Pendidikan

Untuk mengetahui data mengenai hal yang terkait dengan peranan Malang TV dalam bidang pendidikan, berikut ini disajikan table tentang intensitas dan keinginan masyarakat untuk menyaksikan Malang TV

Tabel 5**Intensitas Masyarakat Dalam Menyaksikan Siaran Pendidikan Malang TV**

No	Intensitas Dalam Menyaksikan Tayangan Pendidikan	Jumlah (orang)	%
1	Sering	2	10
2	Kadang-kadang	14	70
3	Tidak pernah	3	15
4	Tidak tahu	1	5
	Total	20	100

Sumber: Data Primer diolah, 2008

Dari data table diatas dapat dilihat 2 orang (10 %) informan sering menyaksikan tayangan Malang TV dalam bidang pendidikan. 14 orang informan (70 %) kadang-kadang mendengarkan tayangan pendidikan di Malang TV. 3 orang (15 %) tidak pernah mendengarkan siaran pendidikan. Dan 1 orang (5 %) tidak tahu akan tayangan pendidikan yang disiarkan oleh Malang TV

b. Dalam Bidang Seni dan Hiburan

Seperti telah diungkapkan oleh bab-bab sebelumnya bahwa media komunikasi dan informasi televisi merupakan salah satu sarana hiburan bagi masyarakat, disamping sebagai sarana penyebarluasan informasi.

Sebagai sarana dan wahana hiburan bagi masyarakat, Malang TV mencoba memikat masyarakat dengan menampilkan beberapa jenis acara hiburan diantaranya:

1. Acara Musik
2. Acara Pencarian Bakat
3. Film
4. Budaya
5. dll

untuk mengetahui lebih lanjut data tentang tujuan utama responden menyaksikan acara hiburan Malang TV, berikut ini disajikan data table 6 tentang tujuan utama dalam menyaksikan acara hiburan.

Table 6
Tujuan Utama Menyaksikan Acara Hiburan Malang TV

No	Tujuan Utama Menyaksikan Tayangan Hiburan	Jumlah (orang)	%
1	Untuk memperoleh hiburan	13	65
2	Untuk menambah pengetahuan	3	15
3	Untuk memperoleh hiburan dan menambah pengetahuan	4	20
	Total	20	100

Sumber: Data Primer diolah, 2008

dari data table diatas dapat dilihat bahwa, 13 responden (65 %) menyaksikan acara hiburan Malang TV untuk mencari hiburan. 3 responden (13 %) bertujuan menambah pengetahuan dan 4 responden (20 %) menyaksikan untuk memperoleh hiburan dan menambah wawasan.

c. Dalam Bidang Sosial Budaya

Untuk mengetahui lebih detil mengenai peran Malang TV dalam bidang social budaya, berikut disajikan data pada table 7 tentang intensitas menyaksikan acara social budaya

Table 7**Intensitas Menyaksikan Siaran Sosial Budaya & Keagamaan**

No	Intensitas Menyaksikan Tayangan Social Budaya	Jumlah (orang)	%
1	Sering	14	70
2	Kadang-kadang	5	25
3	Tidak pernah	1	5
	Total	20	100

Sumber: Data Primer diolah, 2008

Dari data table diatas diketahui 14 responden (70 %) sering menyaksikan acara social budaya dan keagamaan. 5 responden (25 %) kadang-kadang menyaksikan dan 1 responden (5 %) tidak pernah menyaksikan acara sosial budaya dan keagamaan

d. Dalam Bidang Pembangunan Daerah

Berikut ini disajikan data table 8 tentang intensitas dalam menyaksikan acara Malang TV dalam rangka meningkatkan pembangunan daerah.

Table 8**Intensitas Menyaksikan Siaran Berita**

No	Intensitas Menyaksikan Siaran Berita	Jumlah (orang)	%
1	Sering	14	70
2	Kadang-kadang	6	30
	Total	20	100

Sumber: Data Primer diolah, 2008

Dari data diatas dapat diketahui bahwa 14 responden (70 %) sering menyaksikan siaran berita. 6 responden (30 %) kadang-kadang menyaksikan siaran berita Malang TV. Untuk mengetahui data tentang factor yng mendorong responden untuk menyaksikan siaran berita local, berikut ini disajikan data tabel 9

Table 9**Factor Yang Mendorong Responden Menyaksikan Siaran Berita**

No	Factor Yang Mendorong Responden Menyaksikan Siaran Berita	Jumlah (orang)	%
1	Mendapatkan informasi	15	75
2	Mendapatkan wawasan	3	15
3	Lain-lain (poin 1&2)	2	10
	Total	20	100

Sumber: Data Primer diolah, 2008

Dari data diatas dapat diketahui bahwa 15 responden (75 %) menyaksikan berita untuk memperoleh informasi. 3 responden (15 %) menyaksikan berita untuk memperoleh wawasan baru dan 2 responden (10 %) untuk memperoleh informasi serta wawasan baru.

Masyarakat (responden) menyatakan bahwa mereka memilih Malang TV sebagai wahana informasi karena mereka malas membaca dan agar dapat menikmati televisi sambil bersantai. Sedangkan kedudukan program siaran berita yang disajikan sebagai informasi utama dan informasi tambahan. Untuk mengetahui secara detail data tentang alasan mereka memilih televisi sebagai wahana informasi dibandingkan media lain dan kedudukan siaran berita dimata masyarakat, berikut ini disajikan table 10 dan 11

Table 10**Alasan Responden Memilih Televisi Sebagai Wahana Informasi**

No	Alasan Memilih Televisi Sebagai Wahana Informasi	Jumlah (orang)	%
1	Murah	6	30
2	Lebih Santai	10	50
3	Malas membaca	1	5
4	Informasi mudah dipahami	3	15
	Total	20	100

Sumber : Data primer diolah, 2008

Dari data diatas dapat diketahui bahwa 6 responden (30 %) memilih televisi karena murah. 10 responden (50 %) karena lebih santai. 1 orang (5 %) karena malas membaca dan 3 responden (15 %) karena informasinya mudah dipahami.

Table 11
Kedudukan Siaran Berita bagi Responden

No	Kedudukan Siaran Berita	Jumlah (orang)	%
1	Sebagai informasi utama	6	30
2	Sebagai informasi tambahan	14	70
	Total	20	100

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari data table diatas dapat diketahui bahwa 6 responden (30 %) menganggap siaran berita sebagai informasi utama dan 14 responden (70 %) menganggap siaran berita sebagai informasi tambahan

Setelah mengetahui data tentang intensitas dalam menyaksikan siaran berita, factor yang mendorong responden untuk menyaksikan berita, alasan menyaksikan televisi sebagai wahan informasi dan kedudukan program siaran berita bagi responden, berikut ini disajikan data tentang pendapat masyarakat tentang eksistensi siaran berita Malang TV sebagai upaya meningkatkan pembangunan daerah.

Table 12
Pendapat Publik Terhadap Eksistensi Malang TV Dalam Menginformasikan Pembangunan

No	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Memuaskan	6	30
2	Kurang memuaskan	14	70
	Total	20	100

Sumber: Data primer diolah, 2008

Dari data diatas dapat diketahui bahwa 6 responden (30 %) menyatakan puas dalam menerima informasi pembangunan di Malang TV. Sedangkan 14 responden (70 %) menyatakan kurang puas.

Table 13
Eksistensi Malang TV Dalam Meningkatkan Pembangunan Daerah

No	Keterangan	Jumlah (orang)	%
1	Sangat dibutuhkan	9	45
2	Kurang dibutuhkan	11	55
	Total	20	100

Sumber: Data Primer diolah, 2008

Dari data diatas dapat diketahui bahwa 9 responden (45 %) menyatakan keberadaan Malang TV dalam meningkatkan pembangunan sangat dibutuhkan. Dan 11 responden (55 %) menyatakan kurang diperlukan

d. Peran Siaran Malang TV Dalam Proses Pencerdasan Masyarakat Melalui Content Informasi

Televisi lokal merupakan suatu sarana yang penting bagi masyarakat guna memperoleh informasi mengenai perkembangan yang terjadi dalam kehidupannya sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Sebagai makhluk social, manusia secara individu selalu membutuhkan informasi-informasi terbaru dalam kehidupannya sehari-hari tentang berbagai hal yang terjadi di sekitarnya. Karena itu pulalah keberadaan media televisi dianggap sangat penting bagi masyarakat. Media televisi juga selalu berusaha memenuhi kebutuhan tersebut melalui fungsi dan peran yang dijalankannya.

Seperti yang sudah diuraikan di bab sebelumnya bahwa Malang TV sebagai stasiun televisi local (swasta), memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat

dan pemerintah sebagai sarana atau mediator untuk berkomunikasi dalam rangka proses pembangunan daerah. Selain itu Malang TV memiliki fungsi sebagai media penyebaran informasi dan hiburan. Fungsi ini kemudian dapat di perluas lagi sebagai media pencerdasan masyarakat melalui program atau tayangan yang disiarkan.

Sebagai televisi local yang memiliki moto “Dari Warga Malang Untuk Warga Malang,” Malang TV berusaha untuk senantiasa menjadi media yang bisa memfasilitator keinginan-keinginan masyarakat kota Malang untuk kemudian disiarkan dan menjadi bagian dari referensi pemerintah dalam membuat kebijakan. Malang TV juga memfokuskan seluruh tayangannya berasal dari kegiatan-kegiatan serta menampilkan fenomena yang sedang terjadi diantara warga kota Malang. Mengenai content atau isi dari program-program Malang TV yang berperan dalam pembentukan sikap bagi warga Malang, memang untuk focus utama programmer berusaha menampilkan tayangan yang bukan mengajarkan pola hidup konsumtif. Hal ini dibuktikan dengan minimnya tayangan hiburan yang berbau hedonis seperti sinetron atau telenovela. Selain itu News (berita), Tayangan Talkshow (dialog), serta hiburan yang masuk kategori edutainment (hiburan yang mengandung unsure pendidikan) memang menjadi prioritas pula. lampiran

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Bapak Sapto :

“Kami sadar bahwa televisi dalam hal ini Malang TV merupakan media yang juga berperan dalam proses pembentukan sikap atau karakter masyarakat. Artinya kami harus menjadi contoh yang baik. Melalui informasi-informasi yang akurat serta program dialog kami selalu mendapatkan kritisi atau feedback dari msyarakat. Artinya masyarakat Malang menjadi lebih kritis dan memiliki pola pikir yang dinamis. Masyarakat memiliki antusias terhadap program-program dialog. Selain informasi yang cukup kami juga berusaha memberikan tayangan-tayangan yang berkualitas. mengandung unsure pendidikan serta kebudayaan. Kebudayaan disini lebih kami gali potensi kebudayaan Malang. Itu sebabnya kami juga banyak mewadahi potensi dari para pelaku budaya (penari, penyanyi jawa, dalang) serta para muda-mudi di kawasan Malang Raya. Karena televisi juga banyak mempengaruhi pola pikir masyarakat maka kami minimalisir tayangan yang berbau negative. Misalnya sinetron tidak kami tayangkan seperti yang ditayangkan oleh televisi local lain. Itulah bedanya Malang TV dengan Televisi local lainnya atau bahkan televisi nasional. Sinetron banyak sekali menimbulkan dampak negative, diantaranya pola hidup konsumtif, kekerasan, percintaan di usia muda, seks, dan lainnya. Makanya semua kami ganti dengan film-film yang mendidik serta tayangan mendidik lainnya. Tetapi kembali ke focus utama kami, ya tayangan kami adalah juga

banyak menampilkan kegiatan warga Malang itu sendiri.”(Sapto Pratolo, 13 Maret 2008, pukul 11.25 WIB)

Dari wawancara ini, kita bisa tahu bahwa Malang TV senantiasa menjaga moto perusahaannya yaitu “Dari Warga Malang Untuk Warga Malang” agar selalau diaplikasikan dalam proses produksi. Dengan mengetahui kegiatan atau fenomena yang ada di Malang, diharapkan warga Malang mendapatkan informasi yang cukup serta dapat memberikan kontribusi terhadap pembangunan di daerah Malang. Selain itu rasa simpati dan empati akan muncul pada warga Malang dengan menyaksikan berita-berita tentang lingkungan di sekelilingnya. Konsistensi Malang TV untuk tidak menayangkan program yang mengumbar budaya konsumtif dan negative seperti sinetron juga perlu dijaga. Sebab tayangan-tayangan ini dapat memberikan dampak negative pada kepribadian atau karakter warga. Antusias warga dalam merespon informasi serta program dialog adalah wujud dari dampak Malang TV dalam proses pembentukan sikap masyarakat.

Mengenai peran Malang TV terhadap pembentukan karakter atau pengaruh pada masyarakat di kota Malang, ada beragam statement yang muncul pada masyarakat itu sendiri. Diantaranya diungkapkan oleh Pak Saleh Affandi, salah seorang yang berprofesi sebagai dosen di salah satu perguruan tinggi swasta di kawasan Dinoyo :

“Tidak dapat dipungkiri sebagai warga kota Malang saya maupun kami sekeluarga selalu membutuhkan informasi atau berita yang pengkhususannya berada di kota Malang sendiri. Hal ini disebabkan karena masyarakat ingin mengetahui informasi atau kondisi lingkungan di sekitarnya yang mungkin karena tuntutan pekerjaan sulit kami jangkau. Apalagi di era sekarang ini, perkembangan yang terjadi di sebuah kota cepat sekali terjadi. Info mengenai pembangunan yang ditayangkan di televisi lebih gamblang dari yang diulas di surat kabar atau radio local. Sebab televisi merupakan media pandang dengar. Jadi kami bisa menyaksikan secara jelas. Apalagi perubahan cepat sekali terjadi, jika mengikuti Koran mungkin update berita sehari hanya sekali. Sedangkan di TV bisa lebih cepat. Kehadiran Malang TV yang selalu menampilkan berita mengenai kota Malang sangat menguntungkan sekali.” (Saleh Affandi, 11 April 2008, pukul 13.00 WIB)

Hal lain diungkapkan oleh Shinta siswi SMU Lab school yang mengomentari tayangan Malang TV di bidang Hiburan

“Keberadaan Malang TV sebagai televisi local di Malang Raya sangat menguntungkan warga, terutama yang masih muda. Adanya program Bintang Malang Raya Memacu kami para anak muda untuk selalu mengasah bakat dan mengapresiasi apa yang kami punya ke hal-hal yang positif. Sedangkan program hiburannya mengajarkan kita untuk selalu mencintai kebudayaan khususnya kebudayaan di kota Malang. Saya jadi tau beberapa kesenian khas kota Malang. Bahkan anggota keluarga saya sekarang jadi lebih menggemari acara-acara kebudayaan dan merakyat seperti wayang dan Sarindut ketimbang menyaksikan program reality show atau sinetron yang ada di televisi nasional. Saya yakin dengan konsep dan management yang matang, Malang TV bisa menjadi pelopor acara kebudayaan dan mampu mengangkat kebudayaan Malang lebih populer lagi. Tentu dengan kemasan yang tidak membosankan.” (Shinta, 11 April 2008, pukul 13.30 WIB)

berbeda dengan Citra mahasiswi semester akhir FIA

“Adanya program-program dialog yang ditayangkan oleh Malang TV semakin membuktikan bahwa Malang TV tidak mau kalah dengan televisi nasional. Bedanya mungkin fenomena atau kebijakan yang diangkat sebagai dalam obolan di acara itu adalah yang berasal dari kota Malang itu sendiri. Pengkhususannya disini lebih focus karena saya sendiri adalah warga Malang. Saya tertarik untuk ikut serta dan nimbrung dalam dialog interaktif. Ini tentu saja memberikan pengaruh atau dampak yang positif bagi warga. Terutama bagi kita mahasiswa atau warga umum lainnya semakin kritis terhadap permasalahan ataupun kebijakan yang dibuat pemerintah. Masyarakat semakin sadar hukum dan semakin tahu dunia politik. Ini perlu dipertahankan” (Citra, 11 April 2008, pukul 14.00 WIB)

Sementara itu Yoga atlit Judo memiliki pendapat lain mengenai Tayangan Malang TV:

“Saya sangat antusias menyaksikan tayangan olahraga yang ditayangkan oleh Malang TV. Pendapat saya ini mungkin juga sama dengan beberapa teman-teman dan tetangga saya. Program olahraga sepak bola yang ditayangkan Malang TV lebih memfokuskan pada pertandingan-pertandingan local di sekitar Malang Raya. Bahkan pertandingan seperti Arema dan Persema sangat menguntungkan karena tidak semua warga dapat menyaksikan langsung di stadion. Kendalanya bisa waktu, pekerjaan, atau harga tiket yang tidak terjangkau. Sedangkan di luar banyak sekali warga yang ingin nonton. Hal ini penting karena dapat memupuk rasa sportifitas, persatuan dan kesatuan kedaerahan. Selain itu juga menjadi hiburan tersendiri. Dengan ditayangkan di Malang TV, saya yakin banyak warga bisa mengambil banyak sisi positifnya dan menjadi terpengaruh dengan rasa sportifitas serta persatuan dan kesatuan.” (Yoga, 11 April 2008, pukul 11.00 WIB)

Lain Halnya dengan Pak Bokir suami ibu Suketi pemilik warung “Anda” di Pasar Dinoyo yang sehari-harinya membantu istrinya Ibu Suketi berjualan di warungnya.

“Acara Mutiara kehidupan yang ditayangkan Maang TV sangat bermanfaat bagi kehidupan saya dan keluarga saya. Setiap hari kami rutin menonton. karena saat-saat itu adalah menjelang sholat Maghrib bersama. Menurut saya ceramahnya mengajarkan banyak hal yang positif, serta selalu mengingatkan kita kepada semua aturan agama Islam. Saya juga dapat menyampaikan isinya kepada teman-teman saya lainnya ataupun kepada cucu-cucu saya. Dengan demikian, dari hari ke hari hidup saya dan keluarga semakin baik karena berusaha menjalankan syariat-syariat agama Islam. Ini merupakan kesadaran sendiri yang juga ditunjang oleh tayangan Mutiara Kehidupan.”(Bokir, 11 April 2008, pukul 12.00 WIB)

Diungkapkan oleh Mariana waria asal Kediri yang sudah lama menetap di Malang

“Saya ini orangnya sangat emosional sekali, kadang setiap melihat berita di televisi perasaan saya bercampur aduk. Pemberitaan di Malang TV mengenai 3 mahasiswa yang kecelakaan karena mobilnya masuk jurang kemarin membuat saya miris dan agak berhati-hati jika melewati jembatan malam-malam. Sedangkan berita tentang ibu yang bunuh diri dengan ketiga anaknya yang masih kecil membuat saya menangis dan berusaha untuk menyayangi anak angkat saya dengan baik. Lain lagi ketika Malang TV menayangkan berita tentang banjir bandang di kawasan selatan, saya kasihan. Itu membuat saya mengajak teman-teman saya untuk kumpul dan mengumpulkan dana serta bantuan berupa sembako, pakaian bekas layak pakai, serta obat-obatan dari warga masyarakat di sekitar sini dan menyumbangkannya ke sana.” (Mariana, 13 April 2008, 12.30 WIB)

Pak Nando, menyampaikan pendapatnya :

“Acara Usaha Anda di Malang TV mungkin yang paling saya minati. Acara ini mengulas tentang rumah-rumah makan atau warung disekitar Malang Raya. Saya jadi banyak tau tempat makan enak selain juga murah. Bagi para pemilik usaha adalah kesempatan untuk mempromosikan usahanya. Hal ini kan bisa meningkatkan omset. Semakin banyak yang tau semakin banyak juga yang berminat dan akhirnya beli disitu.” (Nando, 13 April 2008, 13.00 WIB)

Dari beberapa cuplikan wawancara diatas, yang terdiri dari berbagai elemen masyarakat yang mewakili masyarakat kota Malang dapat disimpulkan bahwa antusias masyarakat kota Malang terhadap program tayangan Malang TV sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari setiap elemen yang memiliki pendapatnya masing-masing dan mewakili tiap kategori tayangan. Namun secara garis besar mereka

menganggap tayangan Malang TV memiliki impact yang baik bagi masyarakat kota Malang.

Pembentukan sikap atau karakter yang disebabkan oleh tayangan Malang TV sebagian besar positif. Info seputar Malang Raya yang menjadi andalan Malang TV misalnya, dianggap Pak Saleh Affandi ikut menjadikan warga Malang Raya lebih peduli terhadap fenomena social dan lingkungan sekitarnya selain juga warga jadi tahu mengenai info pembangunan. Selain itu rasa simpati atau empati (kepedulian social) terhadap sesama warga semakin terjalin seperti yang diungkapkan oleh Mariana. Sedangkan tayangan Dialog Interaktif dianggap Citra ikut serta menjadikan masyarakat pintar dengan semakin sadar hukum, politik, dan kritis. Bahkan menurut Shinta program hiburannya pun ikut memberikan kontribusi pada anak-anak dan remaja dengan tayangan edutainment (hiburan yang mendidik), mengasah serta menampung bakat dan menyalurkannya secara positif. Program yang mengangkat kebudayaan Kota Malang juga dirasakan warga sangat menguntungkan. Karena remaja dan anak muda jadi lebih tau kebudayaan asli Malang yang mulai terlupakan karena jaman dan invansi tayangan-tayangan asing yang kurang mendidik. Sedangkan Yoga beranggapan bahwa program olah raga Malang TV mendorong warga untuk lebih menanamkan sikap sportifitas dalam diri warga. Dan Pak Bokir berpendapat bahwa tayangan Agama Islam milik Malang TV memberikan banyak dampak positif. Acara lain yang juga berdampak positif pada masyarakat adalah acara Usaha Anda, yang menurut Pak Nando ikut memberikan kontribusi dalam meningkatkan usaha para warga.

Namun juga ada saran. Perlu management dan konsep yang matang agar dapat menghasilkan tayangan yang lebih baik lagi.

e. Faktor Pendukung Dan Penghambat Peran Malang TV Dalam Pembangunan

1. Faktor Pendukung

"Ada beberapa hal yang ikut mempengaruhi kelancaran proses siaran Malang TV. Hal yang paling utama mungkin adalah masalah teknis atau peralatan. Meski televisi lokal yang lingkupnya kedaerahan, tetapi dari awal kami melengkapi diri dengan teknologi yang baik. Dan seiring berjalannya waktu terus berkembang. Itu sebabnya tayangan Malang TV jarang mengalami gangguan teknis dan jernih gambarnya. Kemudian yang kedua adalah koordinasi yang baik di tiap timnya hal ini berhubungan dengan manajemen yang baik. Kemudian yang kelihatannya sepele tapi juga ikut mempengaruhi kelancaran kami adalah adanya contact person yang memudahkan kecepatan informasi"(Sapto Pratolo, 13 Maret 2008, pukul 10.50 WIB)

Faktor pendukung merupakan salah satu unsur yang paling membantu terselenggaranya siaran televisi demi terwujudnya tujuan yang hendak dicapai oleh Malang TV diantaranya upaya peningkatan partisipasi. Dalam proses penyampaian informasi yang ditujukan kepada masyarakat luas melalui siaran Malang TV, faktor pendukung merupakan hal yang diharapkan dapat memberikan kemudahan. Ada beberapa faktor yang menjadi pendukung dalam proses siaran Malang TV. Baik yang bersifat internal maupun eksternal (teknis maupun non teknis). Diantaranya sebagai berikut:

a. Faktor Internal

1. Adanya Peralatan Yang Memadai.

Dalam proses penyiaran televisi maka sangat diperlukan peralatan yang memadai untuk mendukung terselenggaranya sebuah komunikasi secara massa. Dengan adanya peralatan yang memadai maka kemudahan proses penyiaran tidak mengalami kesulitan, walau itu merupakan sifatnya teknis. Hal ini bisa dibuktikan dengan jernihnya gambar yang disiarkan Malang TV. Bahkan pada frekuensi yang jaraknya jauhpun Malang TV masih dapat disaksikan dengan baik. Bukan hanya yang menyangkut masalah transmisi. Secara inhouse pun dalam proses

produksi acara Malang TV juga memiliki peralatan yang tidak kalah dengan stasiun televisi nasional. Hal ini didukung dengan keberadaan studio shooting (pengambilan gambar), studio editing dan mixer, program-program yang terbaru, serta peralatan musik yang digunakan untuk kelancaran proses shooting.

2. Adanya Kerjasama Tim Yang Baik.

Dalam proses siaran Malang TV, faktor kerjasama merupakan hal yang penting. Hal ini menjadi sangat dibutuhkan karena untuk menjalankan sebuah organisasi seperti Malang TV dibutuhkan kerjasama yang baik. Pertama mungkin yang paling penting adalah menyatukan visi dan misi antar individu yang tentunya memiliki jati diri dan klasifikasi berbeda-beda. Meski terdapat perbedaan tingkat di tiap bagian pekerjaan (berdasarkan jabatan), namun rasa kekerabatan dan keakraban selalu terlihat. Dengan adanya kerjasama tim yang baik, Malang TV dapat menjalankan kegiatan operasionalnya seperti melakukan penyiaran, memproduksi sebuah acara, dan memberikan informasi kepada masyarakat.

3. Manajemen dan mekanisme penyiaran yang terstruktur

Manajemen yang baik merupakan langkah yang secara sistematis dilakukan, agar kemudian organisasi dapat terstruktur dengan baik. Seperti halnya manajemen yang dilakukan dalam perusahaan lain, Malang TV juga menerapkan prinsip-prinsip manajemen. Hal ini diaplikasikan pada jadwal penayangan program yang tepat sesuai dengan yang sudah direncanakan. Manajemen dengan baik akan menghasilkan tayangan yang layak untuk disiarkan.

Mekanisme penyiaran yang terstruktur menjadi patokan pada proses penyampaian informasi. Itu sebabnya perlu adanya penentuan mekanisme yang jelas untuk kemudian dijalankan dengan terstruktur. Setelah itu mekanisme ini dapat menjadi patokan lancar tidaknya proses siaran. Jika dalam menjalankannya ada satu saja yang tidak sesuai dengan

mekanisme, maka akan terjadi kekacauan. Sebagai contoh adalah mekanisme dalam proses peliputan berita. Pihak Malang TV melarang para wartawan untuk memungut biaya sama sekali pada pihak yang sedang diliput. Apabila hal ini dilanggar maka akan terjadi ketimpangan dan ketidak beresan.

4. Adanya Contact Person

Meski terlihat sepele, Contact Person menjadi faktor penentu lancar tidaknya informasi dari luar dapat terakomodir dan ditampung oleh Malang TV, untuk kemudian di sebarakan kepada masyarakat. Contact person dapat berupa no telepon maupun e-mail yang dapat dihubungi sewaktu-waktu oleh pihak luar yang ingin berbagi (sharing) informasi-informasi terbaru yang sedang terjadi. Dengan adanya contact person, informasi dapat dengan mudah diperoleh dari pihak luar untuk kemudian diulas dalam bentuk liputan maupun narasi saja. Meski demikian, keberadaan contact person tidak mutlak menjadi faktor utama kelancaran penyebaran informasi dari Malang TV kepada masyarakat. Sebab, kembali lagi pada tim yang mengolah informasi itu menjadi berita.

b. Faktor Eksternal

1. Adanya Kerjasama Dengan Lembaga Lain.

Kerjasama dengan lembaga luar adalah langkah yang cukup strategis dalam dunia pertelevisian. Baik pemerintah lokal setempat, anggota masyarakat, dan LSM. Untuk mendukung keberadaan media pertelevisian sebagai pilar daripada media demokrasi itu sendiri. Jadi kerjasama dengan masyarakat adalah langkah yang kami lakukan. Sebab masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai konsumen berita saja.

Malang TV berperan sebagai jembatan informasi yang mengkomunikasikan berbagai kepentingan masyarakat dengan berbagai jenis. Informasi yang didapat membantu bahkan memenuhi secara langsung kebutuhan tersebut. Dengan peranannya ini, mustahil bagi Malang TV untuk bergerak sendiri menjalankan peranannya tersebut,

karena secara langsung maupun tidak langsung terdapat kondisi yang akan turut serta mempengaruhi dan menentukan kualitas penyelenggaraan layanan masyarakat oleh Malang TV.

Kerjasama dengan lembaga lain. Seperti LSM, Institusi pemerintah merupakan hubungan tidak terikat. Artinya hanya sebatas membantu untuk mempermudah mendapatkan informasi serta proses pengambilan berita. Faktor ini sangat berperan dalam mempermudah akses informasi. Kerjasama dengan lembaga luar merupakan langkah yang strategis dalam dunia pertelevisian, baik pemerintah lokal setempat, anggota masyarakat, dan LSM. untuk mendukung keberadaan media pertelevisian sebagai pilar dari pada demokrasi itu sendiri. Jadi kerjasama dengan masyarakat adalah merupakan langkah yang kami lakukan. Karena masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai konsumen berita.saja.

Manusia Dalam melakukan aktivitas hidupnya, baik itu aktivitas dilakukan secara individu maupun secara berkelempok (organisasi), maka dalam proses aktivitas tersebut terdapat faktor-faktor yang mendukung dan faktor-faktor tidak mendukung kegiatan itu. Dalam hal ini Malang TV dalam melakukan siaran, ada beberapa faktor yang mendukung kelancaran penyiaran berita. Faktor-faktor yang mendukung di atas kalau kita kategorikan menjadi faktor pendukungnya adalah faktor internal dan eksternal. Dimana dalam internalnya, adanya peralatan memadai, kerjasama tim yang baik, manajemen dan mekanisme yang terstruktur, serta adanya contact person. Sedangkan dalam eksternalnya. Adanya kerjasama dengan lembaga lain. Hal ini meliputi kerjasama dengan institusi pemerintah setempat, LSM, serta tokoh masyarakat, dan masyarakat secara umum

2. Faktor Penghambat

Selain factor pendukung, Faktor penghambat juga perlu dirinci dan sebisa mungkin diminimalisir serta dicari jalan keluarnya. Agar nantinya peran

Malang TV sebagai media pembangunan dapat dijalankan dengan maksimal. Dalam tatanan implementasi atau pelaksanaan peranan Malang TV, agenda yang telah ditetapkan sebagai upaya untuk ikut serta meningkatkan partisipasi tidak semulus sebagaimana yang direncanakan. Banyak diantara agenda tersebut tidak dapat dilaksanakan dengan baik. Ada beberapa kendala yang menjadi hambatan dalam pelaksanaannya.

a. Faktor Internal

1. Sumber Daya Manusia

Faktor Sumber Daya Manusia(SDM) merupakan factor penting dalam berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ia adalah penggerak yang mampu menjalankan proses operasional di dalamnya. Dalam Hal, Malang TV masih merasa kurang dalam memiliki SDM-SDM yang qualified. Maksudnya disini adalah yang mampu menguasai bidang-bidang pertelevisian dengan standar seperti televisi nasional. Hal ini bisa juga disebabkan minimnya pendidikan mengenai pertelevisian yang dimiliki SDM di Malang TV. Dan jika diruntut, penyebabnya tak lain karena minimnya lembaga pendikan tentang pertelevisian yang ada di kota Malang maupun di Jawa Timur. Namun semua ini bisa diatasi dengan adanya pelatihan-pelatihan atau diklat tentang dunia pertelevisian yang diadakan secara nasional. Untuk menambah wawasan atau khasanah mengnai dunia pertelevisian, maka SDM di Malang TV perlu mengikuti. Atau bisa juga, menetapkan standar tertentu pada saat penerimaan karyawan baru. Namun yang perlu diingat, standar pendidikan tinggi tidak mutlak menentukan SDM itu qualified atau tidak. Karena kualitas diri secara moral juga ikut menentukan.

Selain itu para pegawai di Malang TV sudah terbiasa dengan bekerja dalam sistem top-down dengan menunggu perintah dari atasan apa yang harus dilakukannya. Sehingga sangatlah sulit merubah sikap mereka ke dalam sistem Bottom-up, dimana mereka tidak sekedar harus

mendiskusikan dengan penonton mereka (masyarakat), tetapi bertanggung jawab untuk menyampaikan hasil-hasilnya kepada atasannya.

2. Finansial

Masalah dana atau modal juga menjadi factor penentu berjalannya proses siaran atau penyampaian informasi kepada masyarakat luas. Bugjet merupakan ‘tenaga’ bagi berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan seperti Malang TV. Hal ini juga berhubungan dengan proses pembuatan sebuah acara televisi yang memerlukan dana tidak sedikit. Meski pada kenyataanya bisa saja tercover oleh adanya iklan, namun tetap saja produser harus mempertaruhkan dana terlebih dahulu untuk membuat sebuah acara, baru kemudian mencari iklan. Jadi dalam ‘pertaruhan’ (sebuah bisnis), segala kemungkinan bisa terjadi. Bisa untung dan bisa rugi. Jika acaranya diminati dan ber-rating tinggi maka akan mendatangkan pengiklan yang banyak juga. Namun begitu pula sebaliknya. Selain itu biaya operasional perusahaan dan untuk membayar tenaga-tenaga di dalam kantor juga tidak bisa bergantung banyak pada peng-iklan.

3. Tekhnis

”kendala yang bersifat tekhnis biasanya peralatan tidak berfungsi dengan baik atau macet. Bahkan kadang-kadang macetnya pada saat-saat yang tidak terduga. Entah itu ketika siaran atau pada saat menjelang syuting. Namun ya apa bolh buat. Namanya juga alat kan ciptaan manusia. Tidak sempurna. Kami harus bisa mngatasinya dengan mempunyai cadangan-cadangan.” (Sapto Pratolo, 13 Maret 2008, pukul 10.58 WIB)

Meski memiliki peralatan yang canggih, namun kerusakan atau gangguan-gangguan pada alat-alat itu tidak bisa dihindarkan. Kejadian-kejadian yang tak terduga kadang terjadi pada proses siaran atau menjelang syuting. Hal ini menjadi kendala yang sebenarnya tidak perlu sampai menghambat proses berjalannya komunikasi pembangunan. Sebab, meski minim adanya SDM dan tekhnisi yang

benar-benar paham terhadap segala macam detil peralatan yang bisa setia 24 jam stand by membenahi peralatan, namun Malang TV tidak menganggap kendala ini sebagai kendala utama. Jalan keluarnya adalah menyediakan cadangan.

b. Faktor Eksternal

1. Alam

Dalam proses penyampaian informasi kepada masyarakat melalui proses siaran televisi, Malang TV sangat menggantungkan pada sebuah transmisi. Proses penyampaian siaran ke rumah-rumah penduduk hingga nantinya bisa menikmati tayangan Malang TV melalui tahapan-tahapan yang bergantung pada alam. Cuaca dan kondisi yang buruk akan mengancam proses penyampaian siaran ke rumah-rumah penduduk.

2. Kesadaran Masyarakat

Tingkat kesadaran masyarakat untuk ikut serta dalam partisipasi pembangunan merupakan faktor eksternal yang dihadapi dalam proses penyampaian informasi dalam pembangunan yang berhubungan dengan upaya peningkatan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan. Pihak pemerintah juga diharapkan ikut memberikan dorongan pada masyarakat.

"Pemerintah harus secara kontinyu mendorong partisipasi warga dengan banyak menjalin komunikasi dan konsultasi dengan berbagai stakeholder untuk menjamin adanya partisipasi aktif warga dalam setiap perencanaan, perumusan pelaksanaan dan evaluasi berbagai kebijakan dan program yang akan diberlakukan. Bahkan saja pada saat kebijakan tersebut mengalami proses sosialisasi dan implementasi tetapi yang lebih penting dan strategis, manakala kebijakan tersebut berada dalam tataran perumusan dan formulasi"(sapto pratolo, 13 Maret 2008, pukul 11.15 WIB)

Mekanisme dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan mengenai suatu program yang memungkinkan individu atau

kelompok warga yang relevan ikut terlibat perlu diciptakan untuk memungkinkan dan menjamin partisipasi publik yang sehat terjadi. Persiapan untuk menciptakan mekanisme partisipasi warga dalam perencanaan perlu segera dilakukan karena partisipasi publik yang tidak terinstitusional justru dapat menjadi ancaman terhadap manajemen pelayanan publik yang demokratis dan partisipatif itu sendiri.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam proses perkembangan dan pertumbuhan, masyarakat Indonesia dituntut membangun sebuah komunikasi yang teratur dan efektif demi tercapainya keberhasilan pembangunan. Komunikasi itu sendiri dapat berbentuk komunikasi perorangan maupun komunikasi massa (bermedia) untuk masyarakat yang jumlahnya besar serta memiliki jarak tinggal yang jauh. Komunikasi melalui media merupakan bentuk komunikasi yang efektif dan efisien dengan menggunakan komunikasi media massa.

Malang TV merupakan sebuah media televisi lokal yang menjadi media bagi interaksi antara pemerintah dengan masyarakat. Malang TV juga memiliki peranan penting dan sekaligus tanggung jawab dalam memperoleh, menyajikan, menyebarkan atau mentransfer data informasi yang dibutuhkan oleh publik atau masyarakat. Tentu saja bidang dan jenis informasi yang disampaikan sangat luas sebagaimana tidak terbatasnya bidang kebutuhan masyarakat. Namun demikian kebutuhan bidang informasi tersebut dapat dilakukan pemilihan sesuai kelompok-kelompok, lapisan, dan segala diferensiasi yang ada didalam masyarakat.

Dengan pemilihan tersebut Malang TV memiliki referensi sejumlah informasi yang harus mereka sampaikan kepada masyarakat dengan karakteristik masyarakat pengguna jasa layanan tersebut.

Sistem dan konstelasi politik yang terbuka bagi partisipasi masyarakat harus dimanfaatkan sebagai moment untuk memperbaiki kualitas dan kinerja pelayanan publik dengan mendekatkan diri pada masyarakat. Dengan desentralisasi, maka

institusi pemerintah baik sebagai *decision maker* maupun *agent of implementation* diharapkan mampu memahami apa yang menjadi kebutuhan masyarakat.

Strategi mutlak yang harus ditempuh adalah menyelenggarakan pelayanan dengan membuka secara luas peranan partisipasi masyarakat. Hal ini karena dengan partisipasi akan memungkinkan para aparat pemerintah mengetahui secara riil kondisi masyarakat dan masyarakatpun akan secara konstruktif menyuarakan aspirasi, sehingga pada akhirnya diharapkan produk kebijakan yang dibuat dan dilaksanakan adalah produk kebijakan yang benar-benar diorientasikan untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat. Kebijakan yang dihasilkan dari interaksi yang partisipatif antara pemerintah, masyarakat dan sektor swasta akan mempunyai resiko yang kecil untuk menimbulkan masalah. Dalam konteks yang demikian inipun proses penyelenggaraan pelayanan publik akan berjalan sesuai dengan apa yang menjadi keinginan bersama.

Jika dipahami lebih lanjut dalam pola penyelenggaraan pemerintahan desentralisasi, partisipasi bukan saja terbuka peluangnya melainkan telah menjadi sebuah tuntunan dalam proses penganbilen keputusan. Terlebih bagi Malang TV yang menyelenggarakan pelayan publik dibidang informasi, tanggung jawab untuk juga terlibat dalam proses pembelajaran dan pedidikan masyarakat sangat membutuhkan partisipasi masyarakat. Misalnya dalam pembuatan program-program Malang TV harus benar-benar mamahami yang terjadi dalam rnasyarakat dan harus tahu kebutuhan riil masyarakat.

Malang TV mampu menjalankan perannya sebagai media, sarana penghubung yang efektif antara masyarakat dengan pemerintah. Dengan demikian juga membantu proses interaksi yang dinamis antara masyarakat dengan pemerintah. Proses pembuatan program siaran senantiasa harus disesuaikan dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat, sehingga secara langsung atau tidak langsung akan menimbulkan rangsangan, dorongan kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi yang pada akhirnya dengan sendirinya akan membantu pelaksanaan fungsi Malang TV sebagai institusi layanan publik.

Program harus sedemikian rupa mampu membangkitkan rasa ketertarikan masyarakat untuk peka terhadap kondisi dan masalah sekitar yang tentunya ini akan

menjadi input yang berarti bagi pemerintah dalam membuat sebuah kebijakan. Dalam hal ini ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mengkatalisator munculnya partisipasi publik yang aktif.

Esensi pendekatan partisipatif bagi pengembangan masyarakat secara implisit telah tercermin pada program-program yang dibuat oleh Malang TV dimana dari usaha-usaha tersebut akan dapat menambah wacana tentang pelaksanaan partisipasi masyarakat.

Proses Pencerdasan Masyarakat Melalui Informasi

Dalam kaitannya sebagai sebagai agent of change, Media televisi merupakan wadah atau media yang selain memberikan informasi juga mampu membentuk sikap atau karakter masyarakat. Kehadirannya mampu membawa pengaruh positif dan negatif. Segala hal yang ditayangkan mampu membawa masyarakat ke arah perubahan. Dalam hal ini, kehadiran Malang TV beserta program-program tayangannya telah diakui oleh beberapa masyarakat yang mewakili tingkatan kelas berdasarkan umur, jenis kelamin, atau pekerjaan. Dari beberapa responden yang berhasil diwawancarai, keseluruhan memiliki pandangan positif mengenai kehadiran televisi lokal yakni disini Malang TV. Meski mereka mengaku tidak sepenuhnya menjadikan Malang TV sebagai tayangan favorit, atau bahkan hampir tidak pernah menonton, namun mereka berpandangan bahwa Malang TV mampu membawa masyarakat ke arah yang lebih baik. Dari beberapa responden juga ada yang mengaku tidak pernah menjadikan tayangan Malang TV atau televisi lainnya sebagai referensi atau acuan dalam hidupnya. Tetapi mereka punya beragam komentar baik.

Pembentukan sikap atau karakter yang disebabkan oleh tayangan Malang TV sebagian besar positif. Info seputar Malang Raya yang menjadi andalan Malang TV misalnya, dianggap Pak Saleh Affandi yang berprofesi sebagai dosen di sebuah PTS swasta ikut menjadikan warga Malang Raya lebih peduli terhadap fenomena social dan lingkungan sekitarnya selain juga warga jadi tahu mengenai info pembangunan. Selain itu rasa simpati atau empati (kepedulian social) terhadap sesama warga semakin terjalin seperti yang diungkapkan oleh Mariana yang seorang waria. Sedangkan tayangan Dialog Interaktif dianggap Citra, seorang mahasiswa semester akhir di FIA Unibraw ikut serta

menjadikan masyarakat pintar dengan semakin sadar hukum, politik, dan kritis. Bahkan menurut Shinta, siswi SMU Lab School Malang, program hiburannya pun ikut memberikan kontribusi pada anak-anak dan remaja dengan tayangan edutainment (hiburan yang mendidik), mengasah serta menampung bakat dan menyalurkannya secara positif. Program yang mengangkat kebudayaan Kota Malang juga dirasakan warga sangat menguntungkan. Karena remaja dan anak muda jadi lebih tau kebudayaan asli Malang yang mulai terlupakan karena jaman dan invansi tayangan-tayangan asing yang kurang mendidik. Sedangkan Yoga yang seorang atlit beranggapan bahwa program olah raga Malang TV mendorong warga untu lebih menanampakan sikap sportifitas dalam diri warga. Dan Pak Bokir yang sehari-hari bekerja membantu istrinya di warung Pasar Dinoyo berpendapat bahwa tayangan Agama Islam milik Malang TV memberikan banyak dampak positif. Acara lain yang juga berdampak positif pada masyarakat adalah acara Usaha Anda, yang menurut Pak Nando, pria 30 tahun yang memiliki usaha toko ponsel ikut memberikan kontribusi dalam meningkatkan usaha para warga. Namun juga ada saran. Perlu management dan konsep yang matang agar dapat menghasilkan tayangan yang lebih baik lagi.

Mengingat betapa besar peran televisi lokal dalam pembentukan karakter masyarakat, maka perlu kiranya Malang TV memberikan porsi besar program-program yang positif diantaranya mengenai kebudayaan asli daerah Malang. Karena hal itu berguna untuk memberlakukan kembali kekayaan kebudayaan negara kita yang memang sudah punah-dengan menayangkan program program acara yang memang khusus di *setting* sedemikian rupa untuk memperkaya khazanah kebudayaan dan adat istiadat. Selain itu, hal ini tidak hanya menyadarkan kita sebagai bangsa timur, akan tetapi mengingatkan kita bahwa bangsa ini merupakan bangsa yang luhur agama akan HAK dan moralitas.

Dalam proses siaran yang merupakan pelaksanaan komunikasi demi terwujudnya pembangunan parsitipatif, faktor kelancaran merupakan hal utama yang hendaknya selalu dijaga. Ada beberapa faktor yang menjadi pendukung diantaranya secara internal:

1. Adanya Peralatan Yang Memadai.

Bukan hanya yang menyangkut masalah transmisi. Secara inhouse pun dalam proses produksi acara Malang TV juga memiliki peralatan yang tidak kalah dengan stasiun televisi nasional. Hal ini didukung dengan keberadaan studio shooting (pengambilan gambar), studio editing dan mixer, program-program yang terbaru, serta peralatan musik yang digunakan untuk kelancaran proses shooting.

2. Adanya Kerjasama Tim Yang Baik.

Dalam proses siaran Malang TV, faktor kerjasama merupakan hal yang penting. Hal ini menjadi sangat dibutuhkan karena untuk menjalankan sebuah organisasi seperti Malang TV dibutuhkan kerjasama yang baik. Pertama mungkin yang paling penting adalah menyatukan visi dan misi antar individu yang tentunya memiliki jati diri dan klasifikasi berbeda-beda. Meski terdapat perbedaan tingkat di tiap bagian pekerjaan (berdasarkan jabatan), namun rasa kekerabatan dan keakraban selalu terlihat. Dengan adanya kerjasama tim yang baik, Malang TV dapat menjalankan kegiatan operasionalnya seperti melakukan penyiaran, memproduksi sebuah acara, dan memberikan informasi kepada masyarakat.

3. Manajemen dan mekanisme penyiaran yang terstruktur

Manajemen yang baik merupakan langkah yang secara sistematis dilakukan, agar kemudian organisasi dapat terstruktur dengan baik. Seperti halnya manajemen yang dilakukan dalam perusahaan lain, Malang TV juga menerapkan prinsip-prinsip manajemen. Hal ini diaplikasikan pada jadwal penayangan program yang tepat sesuai dengan yang sudah direncanakan. Manajemen dengan baik akan menghasilkan tayangan yang layak untuk disiarkan.

4. Adanya Contact Person

Dengan adanya contact person, informasi dapat dengan mudah diperoleh dari pihak luar untuk kemudian diulas dalam bentuk liputan maupun narasi saja. Meski demikian, keberadaan contact person tidak mutlak menjadi faktor utama kelancaran penyebaran informasi dari Malang TV kepada masyarakat. Sebab, kembali lagi pada tim yang mengolah informasi itu menjadi berita.

Sedangkan secara Eksternal diantaranya Adanya Kerjasama Dengan Lembaga Lain.

Malang TV berperan sebagai jembatan informasi yang mengkomunikasikan berbagai kepentingan masyarakat dengan berbagai jenis. Informasi yang didapat membantu bahkan memenuhi secara langsung kebutuhan tersebut. Dengan peranannya ini, mustahil bagi Malang TV untuk bergerak sendiri menjalankan peranannya tersebut, karena secara langsung maupun tidak langsung terdapat kondisi yang akan turut serta mempengaruhi dan menentukan kualitas penyelenggaraan layanan masyarakat oleh Malang TV.

Kerjasama dengan lembaga lain. Seperti LSM, Institusi pemerintah merupakan hubungan tidak terikat. Artinya hanya sebatas membantu untuk mempermudah mendapatkan informasi serta proses pengambilan berita. Faktor ini sangat berperan dalam mempermudah akses informasi. Kerjasama dengan lembaga luar merupakan langkah yang strategis dalam dunia pertelevisian, baik pemerintah lokal setempat, anggota masyarakat, dan LSM. untuk mendukung keberadaan media pertelevisian sebagai pilar dari pada demokrasi itu sendiri. Jadi kerjasama dengan masyarakat adalah merupakan langkah yang kami lakukan. Karena masyarakat tidak hanya diposisikan sebagai konsumen berita.saja.

Pada kenyataannya pelaksanaan peran dan fungsi ini tidak semulus sebagaimana yang diharapkan dan direncanakan. Beberapa hal atau kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat mengalami sejumlah kendala atau permasalahan. Diantaranya:

1. Masalah Sumber Daya Manusia (SDM) Malang TV yang dirasa masih kurang memenuhi standar-standar yang dimiliki oleh stasiun televisi nasional. Berbicara mengenai televisi lokal yang lingkupnya kota seperti

Malang TV memang terlalu jauh jika dibandingkan dengan standar yang dimiliki oleh televisi nasional. Sebab dari kapasitas, kapabilitas, dan lingkup tujuan yang hendak dicapai sudah sangat berbeda. Jika televisi nasional lebih menjangkau secara luas bagian negara Indonesia, maka Malang TV hanya ditujukan untuk masyarakat di kawasan Malang Raya (Kota dan Kabupaten). Selain itu kehadiran Malang TV itu sendiri merupakan bagian dari munculnya semangat otonomi daerah. Dimana dengan adanya media televisi lokal, menjadi media yang efektif bagi komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat. Maka hasil-hasil pembangunan serta segala macam kebijakan yang akan, sedang, atau telah dibuat juga dapat terinformasikan dengan jelas. Namun kenyataannya, masalah SDM bisa menjadi serius.

Sebab pada perkembangannya, Malang TV tidak hanya menjadi media komunikasi pembangunan saja. Artinya keberadaannya tidak hanya sebagai semangat otonomi daerah. Lambat laun, televisi lokal swasta ini juga hendak berkembang seperti layaknya perusahaan lain. Malang TV memiliki segmentasi yang beragam. Dan hal ini menjadi pertimbangan pada rating yang nantinya akan mendatangkan peng-iklan. Iklan artinya dana. Dana inilah yang juga menentukan kelangsungan hidup Malang TV. Oleh sebab itu tayangan yang dibuat juga harus baik dan sebisa mungkin meski tidak menyaingi tayangan televisi nasional, paling tidak setara. Untuk itu diperlukan SDM-SDM yang memiliki kemampuan lebih didalamnya.

Selain masalah kualitas yang berhubungan dengan tingkat kemampuan di dunia pertelevisian, persepsi sumber daya manusia di Malang TV terhadap konsep partisipasi itu sendiri yang masih belum sejalan. Artinya disini terjadi perbedaan pandangan dalam menyelenggarakan secara partisipatif. Ada yang mempersepsikan bahwa partisipasi adalah "pokoknya melibatkan masyarakat" baik dengan cara moblitas ataupun dengan partisipasi aktif. Ada juga yang mempersepsikan partisipasi sebagai upaya "jemput bola" pada masyarakat tetapi ada juga yang menganggap bahwa Malang TV seharusnya pasif, sebaliknya

masyarakatlah yang harus aktif. Perbedaan pandangan ini bisa menjadi masalah serius jika tidak segera diatasi. Masalah Sumber Daya Manusia (SDM) yang masih belum qualified, mungkin pemecahan masalahnya adalah dengan memberikan diklat maupun pelatihan-pelatihan yang biasa diadakan secara nasional. Dengan ini, diharapkan para tenaga Malang TV dapat mengembangkan tingkat pengetahuan mengenai dunia pertelevisian secara luas.

2. Permasalahan aspek finansial pada sisi-sisi tertentu memang menimbulkan dilema terutama berkaitan dengan faktor finansial. Partisipasi bukanlah sebuah upaya yang murah dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Setidaknya memang harus ada dana yang secara khusus untuk mendukung upaya pelayanan yang partisipasi aktif. Di sisi lain televisi merupakan bisnis yang tidak hanya memerlukan biaya investasi awal yang besar untuk pengadaan infrastruktur, peralatan produksi studio dan penyiaran (pemancar dan jaringan transmisi), melainkan juga memerlukan biaya operasional yang besar, terutama untuk biaya produksi dan pengadaan (pembelian) program.

Dukungan biaya operasional yang cukup dan stabil dari pemilik sangat menentukan kemampuan suatu stasiun TV untuk memproduksi dan menyiarkan program bermutu, menarik, diminati dan dibutuhkan masyarakat. Dukungan dana tersebut terutama pada tahun-tahun awal pengoperasiannya sampai mampu mandiri (setelah menguntungkan). Malang TV sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dibidang media televisi lokal membutuhkan modal yang ditujukan pada proses pembuatan acara, proses penyampaian informasi (disini adalah peralatan), serta membayar karyawan. Pemasukan iklan merupakan sumber dana yang digunakan Malang TV untuk mengcover semua itu.

Namun tidak serta merta semua biaya bersumber dari keuntungan pemasukan iklan. Karena perusahaan juga pastinya memiliki sumber dana lain. Yang menjadi permasalahan lanjutan dari aspek finansial ini adalah jika perusahaan bergantung pada pemasukan iklan, maka hal ini juga bisa

mempengaruhi konsistensi Malang TV sebagai media komunikasi pembangunan. Dimana dari konsistensi yang ditunjukkan dalam bentuk acara-acara bercontent informasi pembangunan bisa beralih menjadi tayangan yang komersial (full atau semi). Hal ini tak lain disebabkan karena keinginan mendapatkan rating yang tinggi. Dengan adanya rating tinggi maka akan mendatangkan pemasukan iklan yang banyak.

Dampak lain dari faktor finansial adalah terhambatnya proses penyampaian ide dari pihak Malang TV tentang konsep bercontent pembangunan yang akan dituangka dalam bentuk program tayangan.

3. Kondisi sarana dan prasarana (tekhnis) dan alam juga memberikan pengaruh terhadap upaya peningkatan partisipasi. Salah satu contoh, untuk berinteraksi secara dialogis dengan masyarakat secara "on air" maka harus membutuhkan peralatan yang dapat mendukung kegiatan tersebut sehingga suasana interaktif dan partisipatif dapat tercipta. Sementara kendala seringkali terjadi pada saat-saat yang tidak terduga misalnya:

- a. Sarana listrik yang terkadang mengalami gangguan
- b. Sarana telekomunikasi yang digunakan Malang TV dengan masyarakat atau sebaliknya kurang bagus, bahkan terdapat daerah yang tidak ada sarana telekomunikasinya.
- c. Kelancaran dialog antara nara sumber dengan penonton aktif tidak lancar.

Berfungsinya sarana yang dimiliki oleh Malang TV juga seringkali berhadapan dengan kendala yang bersifat non teknis, seperti keadaan alam yang dapat berupa:

- a. Jalan menuju daerah penonton terkadang sulit ditempuh/dijangkau.
- b. Fasilitas jaringan listrik yang tidak selalu ada, walaupun ada tegangan (voltage) tidak mendukung.
- c. Musim hujan menyebabkan kendala alam seperti banyaknya petir, yang dapat menjadi kendala tersendiri bagi pelaksanaan siaran.

4. Masalah Alam merupakan masalah yang berhubungan dengan cuaca, iklim, dan kondisi alam. Hal ini masih bisa ditemukan jalan keluarnya. Meski demikian hal ini sangat menentukan proses siaran.
5. Masalah lainnya adalah masalah yang dihadapi banyak berhadapan dengan kesadaran yang dimiliki masyarakat yang ternyata belum secara keseluruhan atau belum sepenuhnya terbangun dalam masyarakat itu sendiri. Ada anggapan dan pandangan dari masyarakat bahwa masalah penyelenggaraan pelayanan adalah menjadi tanggung jawab internal dari institusi publik, sehingga partisipasi yang diharapkan dari peran serta masyarakat tidak terjadi.

Anggota masyarakat perlu memegang tanggung jawab lebih besar dalam proyek ketimbang hanya menunggu apa yang disediakan oleh media komunikasi massa (perantara) atau dalam hal ini adalah Malang TV. Dengan membangkitkan semangat peran pembangunan, masyarakat diharapkan tidak hanya pasif dan menunggu adanya informasi pembangunan.

Kondisi tersebut menuntut pengembangan kemampuan Malang TV sebagai salah satu media komunikasi pembangunan. Titik tekan dan orientasi utama dari Malang TV dihubungkan dengan segala perubahan global yang terjadi adalah turut serta melakukan atau mendorong terwujudnya learning society atau masyarakat yang didalamnya tumbuh budaya untuk belajar sebagai ekspresi kekritisannya terhadap segala permasalahan yang ada disekitarnya.

Sebagaimana sumber masalah yang dapat berasal dari internal dan eksternal Malang TV, maka upaya pemecahan masalah juga dilakukan pada aspek internal organisasi dan juga eksternal organisasi.

Upaya yang bersifat internal, banyak diorientasikan untuk penataan potensi dari sumber daya organisasi baik dari sisi sumber daya peralatan dan yang terutama sisi sumber daya manusia. Argumentasinya bahwa untuk menyelenggarakan peran dan fungsinya dengan baik maka internal Malang TV harus lebih ahli kondusif untuk melaksanakan peran tersebut. Upaya ini dapat dilakukan dengan peningkatan

kualitas dan kapasitas personal pegawai melalui diklat, peningkatan kesadaran akan peran yang diembannya, peningkatan profesionalitas kerja pegawai, pemeliharaan dan perbaikan alat-alat, mengikuti, memahami dan merespon setiap perubahan yang terjadi dari *self of condition* yang ada.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa upaya yang dilakukan untuk memecahkan masalah atau kendala yang ada adalah:

- a. Peningkatan kualitas sumber daya manusia di Malang TV. Upaya ini dilakukan dengan spesialisasi pada jenis program pendidikan dan pelatihan yang diorientasikan untuk meningkatkan profesionalitas pelaksanaan kegiatan penyiaran serta pengetahuan didunia pertelevisian. Untuk mengembangkan perusahaannya, Malang TV harus benar-benar paham standar dunia pertelevisian. Agar mampu bersaing dengan televisi local lainnya, Malang TV perlu membekali SDM-nya agar lebih profesional. Karena salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dimaksud adalah tersedianya ***SDM yang terdidik, terampil, kreatif dan inovatif*** dalam jumlah yang memadai di berbagai bidang. SDM yang demikian hanya dapat diperoleh melalui pembinaan yang intensif dan terarah, baik melalui pelatihan, kursus singkat maupun seminar yang diselenggarakan secara berkesinambungan. Namun tentu tidak mudah (apalagi dalam jumlah yang banyak) bagi TV Lokal untuk mengirim karyawannya ke Lembaga Pelatihan yang sayangnya sebagian besar berada di Jakarta, mengingat lamanya waktu pelatihan dan tingginya biaya transportasi dan akomodasi yang harus dikeluarkan.
- b. Upaya selanjutnya adalah untuk mengatasi masalah finansial. Caranya adalah dengan lebih meningkatkan kerja sama yang saling menguntungkan dengan kelompok-kelompok yang dapat mendukung kelancaran kegiatan operasional Malang TV berkaitan dengan masalah finansial. Kelompok-kelompok disini adalah kelompok yang bersedia melakukan investasi melalui pemasangan iklan. Popularitas dan image merupakan kunci keberhasilan suatu stasiun televisi dalam merebut iklan atau memperoleh pendapatan dan keuntungan dari siaran komersial. Banyak faktor (variabel) yang menentukan image stasiun televisi, namun yang

terpenting adalah mutu program siarannya dan kualitas penerimaan signal (reception quality) di masyarakat.

Karena pada gilirannya, program bermutu akan menarik (menghasilkan) banyak pemirsa – populer - dan pemirsa yang besar jumlahnya akan menarik bagi pemasang iklan (advertiser) untuk beriklan di stasiun yang bersangkutan.

Sebaliknya, image dan popularitas suatu stasiun TV akan terpuruk apabila tidak mampu menghadirkan program bermutu sehingga tidak menarik bagi pemasang iklan.

c. terakhir adalah upaya yang ditempuh untuk mengatasi masalah teknis..

Untuk menanggulangi masalah teknis yaitu terhambatnya proses siaran karena peralatan yang macet, bisa diatasi dengan pengadaan peralatan cadangan. Selain itu Malang TV harus mampu menyediakan jasa tenaga teknisi yang bisa bersiap selama proses siaran berlangsung.

Pemecahan masalah berikutnya adalah yang bersifat eksternal. Dalam konteks ini, penyelenggaraan layanan publik oleh Malang TV tidak lepas dari kenyataan yang menunjukkan perlu dan pentingnya partisipasi masyarakat. Kualitas layanan Malang TV dan bagaimana pembangunan partisipatif dapat tercapai tujuannya manakala masyarakat adalah masyarakat yang partisipatif.

Dapat dijelaskan partisipasi masyarakat disini adalah sebuah kondisi dimana masyarakat ikut terlibat secara aktif berdasarkan inisiatif sendiri atau secara sukarela. Berkaitan dengan pelaksanaan peran dan fungsi Malang TV, baik yang berkaitan dengan informasi yang harus disediakan oleh Malang TV, proses pengemasan dan penyajian informasi sampai dengan pemanfaatan informasi yang telah disajikan. Kesemuanya ini adalah upaya peningkatan kualitas pelayanan publik oleh Malang TV. Yang diharapkan dalam hal ini adalah masyarakat yang kritis dan memahami unsur lokalistik daerahnya atau dalam hal ini data monografi daerahnya.

Dapat dibayangkan manakala kondisi yang muncul adalah masyarakat yang acuh, apatis, maka ini menjadi kesulitan tersendiri bagi Malang TV untuk memberikan pelayanan sebagaimana yang dikehendaki oleh masyarakat. Disinilah muncul kebutuhan yang mendesak untuk bisa menjembatani bagaimana interaksi

Malang TV dengan masyarakat dapat terjalin dengan baik melalui keseimbangan peran tanpa ada salah satu pihak yang mendominasi.

Terciptanya partisipasi masyarakat akan menjadi modal penting bagi penyelenggaraan pembangunan yang diperantarai oleh Malang TV. Oleh karena itu partisipasi masyarakat memiliki sejumlah peranan yang tidak kecil dalam mendukung kerja institusi publik. Peranan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Partisipasi masyarakat merupakan cara dan strategi yang jitu untuk menstrukturkan kepentingan sehingga dapat dipahami dan dilaksanakan dengan baik oleh institusi publik. Salah satu persoalan mendasar dalam penyelenggaraan publik, adalah ketidakmampuan institusi publik dalam melakukan identifikasi terhadap apa yang menjadi kehendak masyarakat. Dengan kesulitan ini maka yang dilakukan hanyalah prediksi, antisipasi yang terkesan masih asal-asalan sehingga kegiatan-kegiatan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan publik tidak dapat sepenuhnya memenuhi yang senyatanya, dan tidak mengenai sasaran atau target bahkan tidak jarang bahwa antara yang dikehendaki oleh masyarakat dengan yang dilakukan institusi publik terjadi komunikasi yang tajam. akibatnya kegagalan-kegagalan kegiatan pelayanan karena mendapatkan penentangan dan masyarakat.
2. Partisipasi masyarakat adalah roh dari kemampuan masyarakat dalam melakukan kontrol atas terselenggaranya pelayanan oleh Malang TV. Mekanisme kontrol dan kekuatan korektif yang tidak terjadi secara optimal dalam penyelenggaraan pelayanan secara nyata menyebabkan kinerja institusi publik, dalam hal ini Malang TV, menjadi semakin sedikit merosot akuntabilitas dan responibilitasnya. Ketika mekanisme kontrol tersebut tidak terjadi maka memberikan ruang yang cukup leluasa bagi organisasi publik untuk melakukan sesuatu tanpa berorientasi pada kepentingan masyarakat, karena walaupun mereka melakukan pelanggaran ataupun penyimpangan atas apa yang menjadi kehendak publik, mereka tetap saja tidak mendapatkan konsekuensi atau implikasi apapun, karena publik tidak mempermasalahkannya. Singkatnya apapun dan bagaimanapun kinerja institusi publik, maka tidak ada akibat-akibat apapun yang didapatnya dari masyarakat

karena tidak adanya mekanisme kontrol yang disebabkan oleh rendahnya partisipasi masyarakat tidak berjalan.

3. Peranan dari partisipasi masyarakat adalah mengindikasikan keberhasilan dari program-program yang dijalankan oleh Malang TV. Partisipasi pada dasarnya menunjukkan respon dan perhatian dari masyarakat terhadap proses pelayanan Malang TV. Bagi institusi ini sendiri respon masyarakat dapat dipakai sebagai indikasi dari keberhasilan programnya, bahwa jika program mendapat tanggapan, respon dari masyarakat, maka ini merupakan sebuah keberhasilan menarik minat dan perhatian masyarakat. Dengan demikian akan memberi kemudahan tersendiri mengenai keinginan-keinginan masyarakat.

Dalam proses pertumbuhannya atau perkembangannya, masyarakat Indonesia dituntut dalam membangun komunikasi yang teratur dan efektif: Komunikasi ini dapat berupa komunikasi perorangan ataupun komunikasi media massa untuk masyarakat yang besar jumlahnya serta berjauhan tempatnya dalam hal ini Malang TV, maka penyebaran informasi akan lebih efektif dan efisien apabila menggunakan media massa.

Efektifitas Siaran Malang TV dalam Pembangunan

Selanjutnya mengenai sejauh mana efektifitas upaya Malang TV dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dibahas berdasarkan table-tabel yang ada di temuan-temuan penelitian. Berdasarkan table 3 tentang eksistensi pesawat televisi di rumah responden, bahwa seluruh responden atau 100% dari 20 responden memiliki pesawat televisi dirumahnya. Sehingga dari data tersebut bisa dikatakan bahwa masyarakat dalam mencari informasi tidak hanya dari media lain seperti Koran, majalah, dan televisi, tetapi juga melalui televisi.

Sedangkan intensitas responden dalam menyaksikan siaran Malang TV, sesuai table 4 10 orang (50%) sering menyaksikan dikarenakan rata-rata mereka ingin memperoleh informasi dan hiburan. 9 orang (40%) mereka kadang-kadang menyaksikan karena mereka kurang berminat dengan acara yang ditayangkan Malang

TV. 1 orang (10%) tidak pernah menyaksikan karena menurutnya acara dari Malang TV tidak menarik.

Dari data diatas dapat dianalisa dan diinterpretasikan bahwa responden menyaksikan Malang TV untuk memperoleh informasi dan hiburan. Sehingga Malang TV perlu mengkonsep kemasan acara yang lebih baik sehingga bisa diminati oleh masyarakat.

1. Di Bidang Pendidikan

Kehadiran televisi ditengah-tengah masyarakat adalah sebagai pelengkap media utama lainnya. Sesungguhnya keberadaan televisi jika dipandang dari fungsinya sebagai informasi pendidikan tergantung pemakaiannya. Sebab masyarakat dikatakan maju jika dia mau ikut ambil bagian didalamnya.

Seperti yang telah diuraikan sebelumnya bahwa Malang TV merupakan salah satu media massa yang berguna untuk menyebarluaskan informasi dan membentuk *publik opinion* dalam rangka meningkatkan pembangunan daerah. Langkah awal yang dapat ditempuh oleh Malang TV adalah memberikan informasi pendidikan yang menjadi program pemerintah mengenai pemberantasan buta huruf melalui pendidikan sekolah, kejar paket, atau sekolah lainnya. Selain itu informasi pendidikan juga dapat diberikan dengan content seputar KB (Keluarga Berencana) yang didalamnya membahas mengenai usaha penekanan laju pertumbuhan penduduk, informasi pendidikan tentang usaha sekolah, dan beragam info mengenai pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM).

Dengan adanya siaran-siaran dalam bidang pendidikan tersebut dimaksudkan dapat memberikan wawasan baru bagi masyarakat, sehingga masyarakat tidak lagi berpikir statis melainkan berpikir dinamis dalam rangka rehabilitasi kehidupannya. Dengan demikian diharapkan tujuan pembangunan nasional yakni terciptanya masyarakat

yang adil dan makmur serta bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dapat terwujud.

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan (pada tabel 5) dikemukakan tentang intensitas masyarakat dalam menyaksikan siaran pendidikan di Malang TV, bahwa 2 orang (10%) memberikan jawaban sering menyaksikan siaran pendidikan di Malang TV karena alasan mereka adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta untuk mengetahui perkembangan tentang pendidikan, 14 orang (70%) memberikan jawaban kadang-kadang menyaksikan, sedangkan 3 orang (15%) menjawab tidak pernah menyaksikan karena kurang suka dengan siaran pendidikan tersebut, dan 1 orang (5%) menjawab tidak tahu dengan siaran pendidikan di Malang TV

2. Dalam Bidang Seni Dan Hiburan

Sebagai Media Televisi, Malang TV selain memberikan siaran mengenai pembangunan juga memberikan siaran hiburan bagi masyarakat. Meski demikian, acara hiburan yang ditayangkan oleh Malang TV tetap ber-content positif. Malang TV selalu mengangkat sisi-sisi edukatif, sosial, budaya, upaya penyadaran hak atas hukum, serta menghindarkan dari acara yang mengajarkan sisi negatif kehidupan seperti budaya konsumtif yang biasa dicontohkan oleh sinetron. Masyarakat sangat merespon acara tersebut. Menurut mereka siaran hiburan yang disajikan sangatlah menghibur diri mereka apabila sedang sedih serta jenuh dengan pekerjaan sehari-hari.

Pada tabel 6 tentang tujuan utama responden dalam menyaksikan siaran hiburan di Malang TV, bahwa sebagian besar mereka mempunyai tujuan yaitu memperoleh hiburan. Ini bisa dibuktikan bahwa 13 orang (65%), jawaban mereka adalah untuk memperoleh hiburan. 3 orang (15 %) untuk memperoleh pengetahuan. Dan 4 orang (20%) lainnya tujuannya selain untuk memperoleh hiburan juga bisa menambah pengetahuan.

3. Dalam Bidang Sosial Budaya

Zoon politicon merupakan ciri khas dari makhluk yang bernama manusia. Disamping sifatnya yang individualis manusia merupakan makhluk yang paling sempurna diantara makhluk lain yang ada dimuka bumi ini, jika manusia itu mampu menempatkan kesempurnaan yang diberikan oleh-Nya.

Sebagai makhluk sosial, manusia dituntut untuk bisa beradaptasi, dituntut untuk mempunyai etika, moral dan norma yang merupakan modal utama untuk dapat menghormati dan dihormati, menghargai dan dihargai, sehingga dapat hidup secara serasi, selaras dan harrnonis dengan sesama.

Untuk dapat bertingkah laku sesuai dengan jalan yang benar, manusia memerlukan sebuah pemandu dan control. baik dari dalam maupun dari luar. Pemandu dan kontrol tersebut adalah agama yang merupakan sebuah wahana yang akan memberikan petunjuk kehidupan yang positif; baik didunia maupun diakhirat bagi kita sebagai munusia. Begitu juga dengan Malang TV dalam siarannya juga mengemas acara yang berhubungan dengan content social-budaya, dan agama.

Berdasarkan tabel 7 mengenai intensitas masyarakat dalam menyaksikan siaran Malang TV dengan content sosial budaya dapat diketahui 14 orang (70%) mengatakan bahwa mereka sering menyaksikan, karena dengan menyaksikan siaran tersebut mereka mendapatkan manfaat yang banyak, salah satunya bisa menambah wawasan budaya dan ketaqwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Sedangkan 1 orang (5%) dari responden tidak menyaksikan karena mereka tidak tertarik. Sedangkan 5 orang (25%) lainnya mengatakan hanya kadang-kadang saja menyaksikan.

4. Dalam Bidang Pembangunan

Perkembangan media massa sebagai sarana informasi di Indonesia tidak terlepas dari jumlahnya pembangunan nasional disegala sektor kehidupan. Kecenderungan misi media massa ditujukan untuk mendukung pembangunan, menempatkan media massa pada posisi terpenting dalam perumusan pola kebijakan pembangunan nasional.

Berdasarkan tabel 8 mengenai intensitas responden dalam menyaksikan siaran berita Malang TV, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yaitu berjumlah 14 orang atau 70% menyatakan bahwa mereka sering menyaksikan siaran berita di Malang TV. Sedangkan 6 orang (30%) mereka menjawab kadang-kadang menyaksikan. Karena menurut mereka tidak hanya dari siaran televisi saja untuk mengetahui berita tentang pembangunan, tetapi mereka juga bisa mengetahui berita tersebut lewat televisi, surat kabar dan lainnya.

Sejauh ini masyarakat (responden) memilih televisi sebagai wahana "informasi rata-rata alasan mereka adalah karena untuk mengetahui informasi lewat televisi itu lebih santai, misalnya dengan sambil tidur, sambil bekerja dan sambil melakukan aktivitas yang lainnya, sehingga tidak perlu repot-repot membawa dan hanya tinggal menyaksikan saja. Hal tersebut bisa dilihat pada table 10 bahwa 10 orang (50%) memilih televisi sebagai wahana informasi karena televisi itu bisa disaksikan dengan lebih santai, 6 orang (30%) beralasan karena televisi lebih murah dibanding dengan media lainnya. Sedangkan sisanya memberi alasan bahwa mereka malas membaca dan informasi di televisi itu lebih mudah dipahami.

Kedudukan program siaran berita diradio bagi responden seperti pada tabel 11 bahwa 14 orang (70%) responden menyatakan bahwa siaran berita di televisi merupakan informasi tambahan bagi mereka, karena selain diradio ada media lain yang bisa mereka lihat untuk mengetahui suatu berita yaitu melalui koran, majalah, televisi dan lainnya. Sedangkan 6 orang (30%) menyatakan kedudukan program

siaran berita di televisi merupakan informasi utama, karena menurut mereka siaran berita diradio lebih lengkap, akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.

Selanjutnya pada tabel 12 mengenai pendapat masyarakat terhadap tingkat kepuasan responden tentang siaran Malang TV dalam rnenginfomasikan pembangunan bahwa sebagian besar responden menyatakan kurang puas, terbukti bahwa 14 orang (70%) menyatakan kurang puas karena kapasitas siarannya sedikit dan 6 orang (30%) menyatakan sudah puas dengan informasi pembangunan yang disiarkan oleh Malang TV. Meski demikian eksistensi Malang TV dalam meningkatkan pembangunan daerah sangat dibutuhkan masyarakat meskipun tidak semua responden yanu berpendapat seperti itu. Hal ini bisa dilihat pada tabel 13 bahwa 11 orang (55%) mengatakan bahwa siaran Malang TV dalam meningkatkan pembangunan sangat dibutuhkan. Sedangkan 9 orang atau sebanyak 45% mengatakan bahwa Malang TV di dalam meningkatkan pembangunan kurang dibutuhkan. Walaupun program pembangunan dirasa kurang, tetapi Malang TV telah menunjukkan bahwa mereka tetap berupaya meningkatkan mutu program siaran, khususnya program pembangunan sehingga ini menunjukkan bahwa televisi memiliki peranan penting baik sebagai media informasi, pendidikan maupun hiburan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kota Malang terletak pada ketinggian antara 440 - 667 meter diatas permukaan air laut. 112,06° - 112,07° Bujur Timur dan 7,06° - 8,02° Lintang Selatan, merupakan kota yang sejuk dan banyak memiliki potensi alam. Kota Malang yang sejak jaman kolonial menjadi tempat persinggahan favorit ini makin maju dengan beragam fasilitas yang ditawarkan di dalamnya. Perkembangannya juga tak lepas dari arus urbanisasi dari masa ke masa. Kini, dengan keadaannya yang semakin baik, kota Malang telah menjadi salah satu kota besar di Indonesia. Keunggulan yang ditawarkan di Kota Malang diantaranya adalah: Pendidikan, Industri, dan Pariwisata.

Dalam perkembangannya, kota Malang membutuhkan pembangunan yang partisipatif. Dimana masyarakatnya juga ikut serta didalamnya. Melalui Media Televisi Lokal Malang TV, fungsi partisipatif pembangunan dapat disalurkan melalui komunikasi pembangunan.

Berdasarkan fenomena dan analisis Peran Televisi Lokal Dalam Pembangunan yang dilakukan oleh Malang TV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pembangunan yang partisipatif merupakan bentuk dari terbukanya iklim demokrasi yang baik di negara kita. Dimana masyarakat bebas menyuarakan aspirasinya dan diberikan kesempatan untuk ikut serta dalam pembangunan negara kita. Media televisi local sebagai media komunikator antara masyarakat dengan pemerintah serta stakeholder lainnya akan sangat dibutuhkan dalam menumbuhkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.
2. Malang TV menunjukkan perannya dalam pembangunan melalui tayangan dan program yang menginformasikan pembangunan. Selain itu program-programnya berupaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.
3. Partisipasi masyarakat mempunyai arti yang sangat penting untuk menunjang pelaksanaan peran Malang TV sebagai media komunikasi antara berbagai elemen penting dalam pembangunan. Terutama masyarakat dan pemerintah dan juga para stakeholder lainnya. Partisipasi memberikan kesempatan dan hak bagi masyarakat

sebagai kelompok pengguna jasa layanan untuk terus menyuarkan apa yang menjadi kepentingan atau aspirasinya.

4. Peran Malang TV dalam mencapai efektivitasnya untuk mendorong dan meningkatkan partisipasi pembangunan daerah, dilihat dari kualitas informasi yang disampaikan sedikit banyak telah mencakup pembangunan. Yaitu di bidang pendidikan, ekonomi, social budaya, politik dan lain-lain.
5. Faktor pendukung merupakan hal yang memberikan kelancaran bagi Malang TV dalam melakukan siaran dan dalam menunjukkan peran serta fungsinya dalam pembangunan. Diantara factor pendukung itu ada yang bersifat internal dan eksternal. Faktor internal yang merupakan factor dari dalam Malang TV diantaranya adalah adanya peralatan yang memadai, kerjasama tim yang baik, dan manajemen serta mekanisme yang terstruktur. Sedangkan factor eksternal diantaranya kerjasama dengan lembaga lain.
6. Sementara itu, dalam melaksanakan peran dan fungsinya, Malang TV juga menemui hambatan-hambatan. Hambatan dari sisi internal diantaranya Sumber Daya Manusia yang kurang *qualified*, factor financial, dan secara tehknis (kerusakan alat). Sedangkan secara eksternal diantaranya factor alam dan kesadaran masyarakat.

B. Saran

Selanjutnya berdasarkan uraian-uraian yang dikemukakan dari hasil penelitian, penulis memberikan beberapa alternative saran-saran baik secara umum yaitu seluruh pembahasan dalam skripsi ini maupun secara khusus yang menjadi pemecahan dari hambatan. Diantaranya sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia di Malang TV merupakan hal yang mutlak dilakukan sebagai bagian dari pelayanan terhadap masyarakat selain juga strategi dalam menghadapi persaingan. Caranya adalah melalui keikutsertaan diklat-diklat atau pelatihan mengenai dunia pertelevisian yann yang dilaksanakan secara nasional maupun intenational.
2. Masalah financial dapat dipecahkan melalui kerjasama yang baik secara meluas pada pihak-pihak sponsor selaku pihak yang membiayai proses produksi. Hal ini

- perlu dilakukan demi kelancaran operasional dan tercapainya proses komunikasi pembangunan
3. Jalan keluar bagi sarana atau peralatan (teknis) yang rusak atau macet adalah dengan pengadaan sarana cadangan.
 4. Masalah alam merupakan masalah yang sulit ditanggulangi. Namun hal ini masih bisa dikontrol dampaknya terhadap proses siaran. Caranya adalah dengan ketersediaan teknisi yang selalu siap jika sesuatu ketika peralatan atau proses siaran terganggu karena kondisi alam kurang baik.
 5. Kesadaran masyarakat dalam berpartisipasi dalam pembangunan merupakan tujuan utama yang hendak dicapai dalam komunikasi pembangunan di Malang TV. Masyarakat memerlukan tayangan yang selain mendidik juga dikemas secara edutainment (hiburan yang mendidik). Dengan demikian masyarakat akan 'terangsang' dalam menyaksikan tayangan pembangunan dengan konsep hiburan
 6. Dalam menjalankan peran dan fungsinya dalam pembangunan, Malang TV diharapkan untuk benar-benar memahami kondisi riil yang ada. Pembuatan program siaran harus senantiasa disesuaikan dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat. sehingga secara langsung atau tidak langsung akan menimbulkan dorongan kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi, yang pada akhirnya akan membantu pelaksanaan fungsi Malang TV dalam pembangunan.
 7. Rating hingga saat ini menjadi patokan apakah suatu tayangan televisi diminati masyarakat atau tidak. Keberadaan rating yang juga berpengaruh pada pemasukan iklan ini akan mengancam eksistensi Malang TV dalam menjalankan peran dan fungsinya dalam pembangunan. Sebab tidak semua tayangan televisi yang mengandung unsure pembangunan diminati oleh masyarakat. maka yang perlu dilakukan Malang TV adalah melakukan pendekatan dengan masyarakat melalui program yang dikonsep menarik dan ramah masyarakat.
 8. Saran berikutnya adalah bahwa upaya perbaikan penyelenggaraan komunikasi pembangunan oleh Malang TV yang sifatnya internal maupun eksternal harus dilakukan secara terus-menerus, sinergis, dan komprehensif. Tidak sepotong-sepotong yang terpisah antara satu upaya dengan upaya lainnya sehingga hasil akhir yang diharapkan dapat dicapai.

9. Menyadari kekuatan serta pengaruh yang timbul karena kedahsyatan efektivitas televisi, maka sudah sepatutnyalah yang mempunyai kekuasaan dan uang sebagai *decision maker* menyadari dan menyeleksi terhadap nilai yang akan dipromosikan televisi, yang punya kesempatan lebih untuk ikut andil dalam mengarahkan transformasi budaya, mempunyai kearifan, punya komitmen dan tanggung jawab terhadap bentuk budaya bangsa. Apa pun bentuk (isi) serta muatan yang akan dituangkan ke dalam tayangan televisi, diharapkan mampu memiliki ‘muatan’ diantaranya adalah amanat, berarti dapat dipercaya karena pesan yang disampaikan adalah benar, jujur, dan tidak dimanipulasi. Prinsip ini penting karena banyak praktik-praktik penyiaran televisi yang mendistorsi realitas, memaksakan ilusi semu kepada pemirsa. Diantara tayangan yang hendaknya terus dipertahankan adalah yang memiliki content pendidikan, social-budaya, religi, dan dialogis.



DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, Onong Uchjana. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ishadi SK. 1999. *Dunia Penyiaran*. Gramedia, Jakarta.
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Komunikasi*. Rosda Karya. Offset, Bandung.
- Mc. Quail, Dennis. 1994. *Teori Komunikasi Massa*. Air Langga, Jakarta.
- Nasution, Zulkarnain. 1996. *Komunikasi Pembangunan*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soejono, Soekanto. 1987. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali, Jakarta.
- Tjokroamidjoyo, Bintoro. 1989. *Perencanaan Pembangunan*. CV. Haji Masagung, Jakarta.
- Soekanto, Soerjono. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar.*, Rajawali Press, Jakarta
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Grasindo, Jakarta
- Siagian. 1989. *Perencanaan Pembangunan Suatu Pengantar*. Satya Wacana, Semarang
- Widjaja. 1986. *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. PT. Bina Aksara, Jakarta
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi*. Grasindo, Jakarta
- Subroto S, Darmanto. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Duta Wacana University Press, Yogyakarta
- Wahyudi, J.B. 1994. *Dasar-Dasar Penyiaran Manajemen*. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung
- Matthew B. Miles dan Michael A. Hubberman. 1992. *Metode Penelitian Kualitatif*. UI Press, Jakarta
- Moleong. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Effendi, Onong Uchyana. 1986. *Dinamika Komunikasi*. Remaja Karya, Bandung
- Effendi, Onong Uchyana. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Mengintegrasikan Peran Televisi untuk Pendidikan Indonesia - Ahmed Kurnia Soeriawidjaja. <http://konomiindonesia.info>

Peranan Media Dalam Pencerdasan Masyarakat. <http://tangerangkota.go.id> , 12/11/2007

Peran Media Lokal, Dalam Masa Damai Aceh - Muchlis Ismail S.PdI
<http://rakyataceh.com> Ahad, 10 Juni 2007 | 18:11

Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah. Penerbit Serba Jaya Surabaya

<http://tvconsulto.com> - 6 juni 2008

Kemana Media Massa Berpihak - R Toto Sugiharto. <http://Joglosemar.com> pada 31-01-2008

www.pemkot-malang.go.id

Pers, Media, dan Pengaruhnya. www.purwoko.blogspot.com

Peran Media Sekarang - H. Rosihan Anwar. Pikiran rakyat Rabu, 22 Maret 2006

(Wikipedia-online, akses 22/10/2007: 15.30 WIB)

Perbesar Peran Media untuk Atasi AIDS, Kompas Rabu, 14 Juli 2004

Teori Komunikasi Massa Terhadap Individu - Fajar Junaedi S.Sos, M.Si.
www.publikartikel.blogspot.com,

www.publikartikel.blogspot.com